100 Consejos para VENDER más y mejor

Jan Hentschel

Tercera Edición DIGITAL 2011

Índice de contenidos

Índice de contenidos

Consejo **Página**

Índice de contenidos

Índice de contenidos

Consejo	Página

Índice de contenidos

Evaluación previa

Instrucciones: marca con una "palomita" ☑ en el recuadro las respuestas que consideres correctas.

1. ¿Dejarías de comprarle a alguien que sabes que te mintió? ☐ Sí ☐ No

2. Por favor escribe el número correspondiente al orden correcto del proceso de ventas:

   _____ Objeciones
   __6__ Cierre
   _____ Preparación
   _____ Detectar necesidades
   _____ Argumentación
   _____ Contacto

3. ¿Tiene algo que ver la buena alimentación con ser un buen vendedor? ☐ Sí ☐ No

4. Marca el tema o temas que creas importante considerar para mejorar como vendedor:
   a. ☐ Inteligencia emocional.
   b. ☐ PNL (programación neurolingüística).
   c. ☐ Ley de la atracción.

5. Relaciona las siguientes columnas:

Negociar	Descanso
Facebook	Cultura
Ejercicio	*Win-win*
Necesidades	Enfermedad
Cigarro	*Twitter*
Deporte	Éxito
Libros	Salud
Actitud	Intereses

Nota: respuestas en la última página

Consejo 001 / Sé honesto

Siempre nos damos cuenta cuando alguien nos engaña o nos miente. ¡Siempre! Algunas veces descubrimos demasiado tarde que nos mentían. Es algo mágico, transparente e imperceptible. ¿Será la mirada, la respiración, el tono de voz o todo al mismo tiempo y más? Así como nosotros nos damos cuenta cuando alguien nos miente, nuestros clientes o prospectos se dan cuenta cuando les decimos medias verdades, casi verdades, verdades incompletas o mentiras inocentes. Así como nosotros dejaríamos de comprar a alguien que nos mintió, nuestros clientes dejarán de creernos y no volverán a comprarnos. La honestidad es necesaria para crear confianza y la confianza es pilar de las buenas relaciones que culminan en cierres exitosos de ventas. Ser honesto es necesario para vender más y mejor.

Consejo 002 / Prepárate

En cualquier disciplina, profesión, actividad o tarea, la preparación es un paso indispensable para tener éxito. Muchos vendedores consideran que su mayor problema durante el proceso de ventas es la argumentación o el cierre. Otros, en cambio, piensan que el manejo de las objeciones es la etapa más crítica. La realidad es que con una buena preparación, todos los pasos del proceso natural, que siguen las ventas, se dan sin problemas y de forma esperada. Como los deportistas olímpicos que obtienen medalla de oro, o el jugador de futbol realmente destacado a nivel mundial, se requiere, además de muchas otras cosas, una gran preparación. La preparación es el primer paso en el proceso natural de las ventas de cualquier producto o servicio. Muchos libros de ventas, con títulos relacionados con el cierre, conducen finalmente su enfoque en la preparación. En el análisis del desempeño de los vendedores resulta que normalmente, quienes más ventas y mejores resultados tienen, son precisamente quienes se centran en la preparación. ¿En qué consiste exactamente la preparación? Muy simple, debemos cuidar dos aspectos. El primero es la preparación antes de iniciar: conocer el producto, estudiar a los prospectos o mercado de la forma más amplia posible, tener folletos y materiales completos y en orden, lista de precios real y actualizada, contratos, órdenes de pedido, calculadora, tarjetas de presentación, etc. El segundo aspecto es la parte que se enfoca específicamente en el prospecto al que queremos vender, y consiste en investigar, descubrir, preguntar o, hasta intuir, las necesidades y los intereses particulares de cada prospecto antes de empezar la presentación de ventas. Para vender más y mejor, el primer paso y, posiblemente el más importante, es la preparación.

Consejo 003 / Cuida tu imagen

La presentación influye de forma determinante en la oportunidad de vender o no vender. La imagen personal debe ser impecable, ordenada y limpia. Pero, sobre todo, debe reflejar una imagen de éxito. El consumidor prefiere comprar sus productos o servicios en tiendas o a vendedores que tienen una imagen de éxito. Basta recordar el ejemplo que se repite en todas las ciudades: una tortería o una taquería, que tiene siempre largas filas y, a sus alrededores, negocios similares casi vacíos. Preferimos al igual que la mayoría de las personas, no arriesgarnos y comprarle a quien tiene una imagen o apariencia de éxito. No basta con estar vestido elegantemente y muy perfumado, es mejor tener mirada de triunfador y actitud de vendedor exitoso. Es imprescindible que la presentación personal sea acorde con el producto o servicio que ofrecemos. No olvidemos que la imagen exterior que ofrecemos es reflejo de nuestra esencia. Algunas veces es difícil manipular la belleza interior. No siempre depende de nosotros, al menos no de la parte consciente del cerebro. La buena noticia es que si mantenemos nuestra apariencia personal impecable y, sobre todo, si refleja éxito, es casi seguro que nuestro interior se embellecerá también. Para vender más y mejor, es necesario tener una presencia personal adecuada y sobre todo de éxito.

Consejo 004 / Ordena tu mente

Una de las principales causas del estrés es la acumulación de "pendientes" en la mente. El pensamiento, en lugar de trabajar ordenadamente, está atiborrado de asuntos, la mayoría menores y sin mucha importancia. Las ideas no fluyen, mucho menos si son nuevas o creativas, porque no tienen lugar entre tanto desorden. El vendedor mediocre está preocupado por la quincena, porque la manguera del patio está sin empaque y chorrea un poco de agua, porque ya no tiene tarjetas personales, porque tiene una cita con un buen prospecto la próxima semana y no la debe olvidar, porque ha estado posponiendo la visita al dentista, etc. Eso no es vida, es un desastre. El primer paso para una enfermedad conocida como locura es precisamente cuando la persona empieza a confundirse entre tantos pensamientos sueltos y desordenados, y ya no percibe claramente las diferencias entre ellos. Así como el escritorio, la mochila y la cartera deben estar en perfecto orden, es necesario aclarar y ordenar la mente. Una estrategia sencilla y muy útil es escribir todas las ideas en una hoja de papel. Después, en otra hoja ordenarlas por nivel de prioridad, urgencia, importancia, etc. Con la simple exteriorización de los pendientes que bloquean el pensamiento, se disminuye dramáticamente el estrés. Haz la prueba y te sorprenderás. Para vender más y mejor, la mente del vendedor debe estar concentrada en las necesidades del prospecto y nunca en sus problemas personales.

Consejo 005 / Sonríe

La sonrisa es una de las claves más importantes de la cortesía internacional. La sonrisa abre puertas. Si como consumidor tenemos la opción de elegir entre dos vendedores y sólo uno de ellos nos sonríe, es claro a quién nos vamos a dirigir. Serás siempre mejor aceptado. Sonreír conlleva tener un aspecto agradable que infunde alegría en los demás. Llevar una sonrisa constante, sincera, hace más agradable el trabajo. No sólo existe la sonrisa de dientes para afuera o facial, la sonrisa se lleva en la actitud. Camina sonriendo, saluda sonriendo, entra en las oficinas y comercios sonriendo y, sobre todo, recibe o visita a tu prospecto siempre sonriendo. La sonrisa debe ser auténtica. Una sonrisa fingida u obligada causa más daño que un rostro serio y sin expresión. Debe salir del corazón. Quienes nos dedicamos a las ventas, dedicamos casi la totalidad del tiempo directamente frente a nuestros prospectos, por eso debemos sonreír cada vez que nos sea posible. Sonreír no es reír y mucho menos burlarse o ser chistoso. Es distinto. Sonreír es simplemente una actitud amable con la cara o con la voz. Quien sonríe es el alma de la persona y la boca y los dientes son sólo el espejo que la muestra. Si estás en un mal día o en una mala racha, no empeores la situación con un rostro de perdedor. Algunas veces, basta una ligera inclinación o unos “ojitos de chinito” para comunicar el gesto. Para vender más y mejor, debemos siempre sonreír. Tal vez primero cueste un poco de esfuerzo, pero con el tiempo será tan natural que nos costará trabajo dejar de sonreír. Todo cuanto hagas y digas, imprégnalo con una sonrisa. Todo te saldrá mejor.

Consejo 006 / Sé culto

No es normal ni fácil ser culto. Hay que cultivarse. Ser culto es tener un nivel cultural elevado y no es fácil obtenerlo. El prospecto espera que el vendedor mediocre sea experto al menos en el producto o servicio. Espera que el vendedor bueno tenga amplios conocimientos en el ramo, y que el vendedor excelente domine cada tema en su más mínimo detalle. Tener conocimientos amplios y generales sobre historia, geografía, política, idiomas y cualquier tema importante, nos permite entender mejor a los demás y comunicarnos más claramente. Por ejemplo, un turista extranjero de visita en Cancún supone que su mesero sabrá ofrecerle una explicación clara de la cultura maya, de la música ranchera y de los arrecifes coralinos. Su agrado será mayor si lo hace en el idioma del visitante, aunque no sea con un dominio perfecto. Vender más y mejor es factible cuando el vendedor tiene hambre de saber más sobre sus productos, su cultura, su país, su mundo…

Consejo 007 / Ahorra

El vendedor exitoso no sobrevive de la última venta. Desde luego que vive de sus ventas, y la ambición es una cualidad imprescindible para tener éxito. El vendedor desorganizado e irresponsable no ahorra, vive al día, y necesita vender para sobrevivir. En ese terrible y no poco común caso, el vendedor está más concentrado en su comisión, en cerrar a como dé lugar, en vez de enfocarse, como debe ser, en los intereses y necesidades del prospecto. El vendedor exitoso, para vender más y mejor, ahorra dinero, porque sabe que los resultados en el mundo de la ventas son impredecibles y con altas y bajas. Concéntrate en la preparación, en el cliente, en ser empático, en atenderlo con calidad y cortesía. No, en venderle a la fuerza. Algunos procesos de ventas conllevan, naturalmente, mucho tiempo antes de concretarse. Es otro error común tratar de presionar el cierre. ¡Mucha atención! Esto no significa que debemos olvidar a nuestros prospectos y dejar de brindarles atención. Debemos darles tiempo y resurgir con seguimientos esporádicos e intermitentes, hasta concretar el negocio. Paciencia inteligente y activa es otra virtud del buen vendedor. Sólo si tienes un ahorro adecuado, encontrarás la paz para que las ventas no sean urgentes sino importantes.

Consejo 008 / Tira el salvavidas

Había un vendedor que pasaba mucho tiempo tratando de encontrar la causa o justificación del por qué no alcanzaba sus cuotas de ventas, del por qué cada vez sus números eran peores. Invariablemente encontraba una buena razón, una justificación, para no lograr alcanzar sus metas ni sus objetivos. Alguien o algo a quién echarle la culpa: al jefe, al mercado, a la competencia, a los compañeros, a la crisis, etc. No me refiero a nadie en especial, no trates de identificarlo con una persona en particular. Tal vez seas tú mismo, piénsalo bien. Aceptar y, sobre todo, tomar la responsabilidad, implica algo muy importante: tirar el salvavidas que medio nos mantiene a flote. El vendedor mediocre, que sigue responsabilizando a los demás de sus desventuras, termina siempre quejándose de no conseguir lo que quería. Para vender más y mejor, el vendedor exitoso sabe que su vida tiene una razón de ser. Vas a llegar precisamente a donde tú quieras llegar. La responsabilidad es tuya, ejércela. Tuya será también la satisfacción de haber alcanzado la meta. Y, esa sí, compártela con los que más quieres.

Consejo 009 / Respira adecuadamente

El cerebro es una de las armas más poderosas del buen vendedor. Tenemos un inmenso poder para manejar o manipular la sección de la inteligencia que funciona de forma autónoma. La respiración es controlada justo por esa sección de la mente, pero a diferencia del corazón o del hígado, sí podemos controlarla. La mayoría de los seres humanos no aprovecha esta facultad y permite que el cerebro sea el que ordene al cuerpo que "respire" de forma sólo suficiente para sobrevivir. El vendedor excelente respira profundamente varias veces al día, por lo menos antes de empezar el proceso de la venta. Exhalar profundamente e inhalar lentamente trae beneficios como el pensar con más claridad. Respirar de forma adecuada, hace que los pulmones absorban más oxigeno y que el corazón funcione mejor y que reparta más energía por todo el cuerpo. Si quieres vender más y mejor, respira profundamente tres veces antes de comenzar el proceso.

Consejo 010 / Nunca lo olvides

¿Quién o qué es lo más importante en nuestra labor de ventas? Para poder contestar esta pregunta basta con hacer otra pregunta adicional. ¿De quién dependen nuestros ingresos? ¿De quién depende la continuidad de la empresa para la que somos vendedores? Sin clientes no tendría sentido el negocio. Los prospectos y los consumidores son, sin duda alguna, lo más importante para el vendedor. Ellos no dependen de nosotros. Si no nos compran, a ellos no les pasa nada. A nosotros sí. Nosotros dependemos de ellos. Por eso es importante que tengamos presentes algunos principios básicos. El cliente o prospecto no es una interrupción en nuestro trabajo. Él es el objeto de nuestro trabajo, para él trabajamos. No le hacemos un favor al venderle o darle información. Al contrario, él nos distingue haciéndonos un favor y dándonos la oportunidad de atenderlo. Para vender más y mejor, el cliente no debe ser un extraño en nuestra oficina, teléfono, casa o vida. Él es parte de nuestra esencia. El prospecto espera que el vendedor sea el experto, y así debe ser. Es responsabilidad nuestra prepararnos y conocer todo lo referente al producto o servicio que ofrecemos. Recuerda siempre que el prospecto es la persona más importante.

Consejo 011 / Relaciónate con empatía

Empatía se entiende mejor como "ponerse en los zapatos del otro". La empatía es, de hecho, el fundamento del concepto de ventas profesionales. La *American Marketing Association* orienta su definición de ventas hacia la detección de los intereses, deseos y necesidades de los clientes. Y eso es precisamente la empatía: vivir la experiencia de la otra persona, desde su propio punto de vista, alejándonos por un momento del nuestro. El vendedor profesional siente empatía por su cliente cuando genuinamente se identifica con las molestias de su prospecto. Siente el malestar como suyo y busca solucionar los problemas que lo aquejan. Para vender más y mejor, la empatía no es recomendable, es imprescindible y necesaria: es clave para entender al cliente y poder satisfacer sus verdaderas necesidades.

Consejo 012 / Aprende a observar

La diferencia entre ver y observar está tan cerca como las orejas del cerebro. Pero sus consecuencias se alejan diametralmente. Con las orejas oímos y con el cerebro escuchamos. Parece obvio, pero existe el vendedor quien ve (no observa) a una niña con aretes de ositos, peineta de osito, camisa con ositos y mochilita en forma de osito y peca preguntándole qué le gustaría ver en la juguetería. El vendedor de tiempo completo está observando todo el tiempo: mientras viaja en el camión, en su día libre, en todo momento. La capacidad de observación es necesaria para vender más y mejor.

Consejo 013 / Que tu actitud sea positiva

Una buena actitud vende más y mejor que cualquier técnica de ventas. Podría parecer una frase lapidaria pero es claro que lo que hace a un vendedor exitoso, además de todos los elementos conocidos es, sobre todo, su actitud. Un grupo de empresarios exitosos confirmó, en un importante estudio periodístico en Nueva York, que sólo el 25% de la explicación de su éxito provenía de factores como buena suerte, estudios, fondos económicos, y que el restante 75% se explicaba por una actitud adecuada. Una buena actitud significa ser positivo, buscar soluciones en lugar de problemas e interesarse en los clientes. Para vender más y mejor, además de cumplir con todos los requisitos tradicionales para ser una persona de éxito, debemos tener una actitud positiva siempre.

Consejo 014 / Conoce el producto

Seguridad y confianza están relacionadas directamente con el conocimiento del producto. El primer paso para vencer la timidez, es dominar todas las características del producto o servicio. Es importante que nunca digas o expongas todo lo que sabes del producto a tu prospecto. Recuerda que sólo le interesa lo que está relacionado con sus necesidades. A quién no le ha sucedido que pregunta al mesero sobre algún platillo en especial y éste le contesta: -permítame tantito, voy a preguntar-. Algunas de las características o cualidades necesarias para ser un excelente vendedor son muy difíciles de adquirir o adoptar. Por el contrario, conocer y dominar el producto o servicio es un paso sencillo, fácil de conseguir y que sólo exige un poco de esfuerzo e interés. El vendedor que busca vender más y mejor conoce perfectamente su producto o servicio.

Consejo 015 / Aliméntate sanamente

Un vendedor mal alimentado es un mal vendedor. Las razones son muy simples. El cuerpo humano y las plantas mal alimentados no rinden frutos de calidad. Somos como árboles y, en función de la calidad de agua y nutrientes que tenga la tierra (el alimento en nuestro caso), será el resultado en eficiencia que tengamos. Igual que las plantas, vamos creciendo poco a poco y renovándonos constantemente. Si nos alimentamos mal, al pasar del tiempo nuestro cuerpo se va deteriorando casi imperceptiblemente. Primero el hígado, luego los músculos, los huesos, los nervios, el cerebro, los órganos sexuales y, finalmente, todas las partes restantes del organismo. Alimentarse bien es mucho más simple de lo que parece. Busca comida de colores: verduras, frutas, cereales y pescado (salmón y atún) son un buen ejemplo. Evita la comida frita y grasosa, azucarada, refrescos, pastelitos, papitas y comida chatarra en general. El vendedor exitoso, para vender más y mejor, se alimenta siempre muy bien. Se mantiene sano, fuerte, vigoroso y lleno de entusiasmo.

Consejo 016 / Pregunta siempre

El sabio sabe que no sabe. Existe el mito absurdo de que el vendedor debe ser como merolico que habla y habla sin permitir que nadie lo interrumpa. En realidad, para aprender a vender más y mejor es necesario preguntar mucho y escuchar las respuestas con atención. Tampoco es mala idea que cada cierto tiempo durante la presentación de ventas, se lancen algunas preguntas prefabricadas cuya respuesta es obvia y esperada por todos. Por ejemplo: -¿Verdad que el chile habanero es muy picoso?-. O, qué tal: -A todos nos gusta ahorrarnos unos centavos, ¿verdad?-. La respuesta es siempre sí y aunque no aporta mucha información valiosa al proceso de entender las necesidades reales del cliente, sí lo va preparando para el gran “sí” del final. Si logramos que naturalmente, sin que se sienta forzado, nuestro prospecto responda cinco veces que sí a nuestras preguntas, al momento del cierre estará predispuesto a volver a decir que sí, que sí quiere comprarnos. Recuerda que ésta es sólo una herramienta más. Los consumidores compramos por muchas razones, principalmente porque los productos y servicios satisfacen nuestras expectativas.

Consejo 017 / Detecta necesidades

Lo único realmente importante en el proceso de ventas es detectar las necesidades, intereses o deseos del prospecto. El secreto más conocido de los vendedores exitosos es convertir las características del producto o del servicio en ventajas y beneficios, que realmente cubran o satisfagan las necesidades del cliente. Para descubrir las necesidades, son necesarias varias cualidades importantes: saber escuchar, saber observar y lograr empatía. Es un error más común que raro, que el vendedor crea o suponga que todos los prospectos tengan las mismas necesidades. Consideremos por ejemplo, las diferentes razones por las que alguien podría pedir una copa de vino en un restaurante: como maridaje para un platillo especial, como aperitivo, como digestivo, para brindar por un cumpleaños o aniversario, para brindar por el cierre de un buen negocio, porque el médico se la recomendó para el corazón, y hasta para presumir cierto nivel socioeconómico o, como se acostumbra en algunos países europeos, para tomarla simplemente para acompañar los alimentos, igual que el agua de mesa. Una copa de vino puede satisfacer gustos o intereses muy distintos. Los malos vendedores tratan de igual forma y exponen la misma presentación de ventas a todos los clientes sin distinción. La fórmula para vender más y mejor es muy sencilla: detectar las necesidades del cliente y, si con el producto o servicio pueden satisfacerse, negociar los detalles y cerrar exitosamente la venta.

Consejo 018 / Se vale copiar

En la escuela nos dijeron que copiar era malo. En realidad es malo copiar a lo bruto, sin analizar, sin entender. El vendedor exitoso copia las mejores prácticas, copia las técnicas efectivas de sus compañeros, copia frases arrolladoras, copia el chiste y lo repite en el momento adecuado. Es bueno copiar, es bueno copiar lo bueno y sólo lo bueno. Algunos malos vendedores copian frases y procedimientos que vieron en sus compañeros más exitosos, pero no les funcionan. Otros copian técnicas que leyeron en algún libro o les expusieron en algún curso, y resultan en fracaso. La clave para copiar exitosamente está en que cada circunstancia o situación es especial y única. Lo que funciona genialmente con una persona, puede resultar en un fracaso total con otra. Para vender más y mejor se vale copiar, se recomienda copiar, pero mucho cuidado en aplicar lo copiado en circunstancias adecuadas. No existe, y por lo tanto no se puede copiar, el secreto para ser exitoso en cualquier circunstancia.

Consejo 019 / Proponte metas

Ponte metas. Metas diarias, semanales, mensuales, de vida, personales, familiares, etc. La única forma de conseguir algo es proponiéndolo primero como una meta. Las metas deben tener algunas condiciones para que funcionen realmente como objetivo o aliciente. Ser retadoras significa que deben costar un esfuerzo especial, que no hay forma que se consigan de manera automática y sin trabajar. Deben también ser alcanzables. No basta con querer ser atleta olímpico y empezar a intentarlo a los 40 años, sin haber entrenado nunca en la vida. Cuando un vendedor se marca metas inalcanzables, sólo consigue frustrarse cada vez que vuelve a fracasar. También deben ser medibles. Debe evaluarse si la meta se logra en el tiempo y en la forma deseada. Las metas intrascendentes son aburridas y pronto se olvidan y abandonan. Por eso, otra condición es que sean importantes. Para vender más y mejor el vendedor excelente empieza por ponerse metas importantes, temporales, medibles, alcanzables y retadoras.

Consejo 020 / Analiza el pasado

Recordar la historia nos permite evaluar lo que hicimos bien y lo que hicimos mal. La historia siempre se repite, y si no hacemos nada al respecto, se repite especialmente la consecuencia negativa de la misma. Al analizar el pasado, podemos evitar las acciones que terminaron en desenlaces desafortunados. El vendedor exitoso, para vender más y mejor, después de cada proceso de venta, analiza de forma simple qué hizo bien y qué hizo mal, qué podría hacer mejor y qué no debe volver a hacer.

Consejo 021 / Revisa tu lista de pendientes

El vendedor exitoso no olvida sus tareas importantes. El vendedor mediocre por cumplir con las urgentes olvida las importantes. Un magnífico método para no olvidar los asuntos importantes, y para vivir sin estrés, es elaborar una lista de pendientes. Puede ser en un dispositivo electrónico, en la computadora, en alguna sección especial de la agenda, en el pizarrón o pintarrón, en alguna libreta o en un simple cartoncito. Lo importante es escribirlos, priorizarlos (ponerlos en orden de importancia), ponerles fecha de terminación y cumplirlos. Cada vez que logres una tarea, la tachas o la marcas como terminada, pero no la borres, déjala unos días para que te recuerde los avances. Para vender más y mejor, el vendedor exitoso, al empezar su jornada cotidiana, revisa su lista de pendientes y empieza por los más importantes. Si lo intentas, te sorprenderás cómo terminas con tu primera lista mucho antes de lo programado. La primer tarea de la lista de pendientes es precisamente darle seguimiento a la lista de pendientes. Los mejores vendedores del mundo son muy organizados y se concentran en lo importante.

Consejo 022 / Evita enfermedades

No es un consejo tan obvio como parece. Claro que todos buscamos, al menos deseamos, estar sanos y evitar enfermedades. Pero, ¿realmente seguimos todos los pasos para evitar enfermedades? O, simplemente, deseamos estar sanos sin seguir medidas simples de prevención. El vendedor profesional se enferma sólo cuando es realmente inevitable, porque entiende que su principal herramienta de trabajo es un cuerpo saludable. Lavarse las manos antes de comer, al regresar de la calle, antes y después de ir al baño, abrigarse al salir de noche o al asistir a lugares con aire acondicionado, son algunos ejemplos. El vendedor exitoso jamás olvida un suéter o chamarra cuando va al cine o viaja en camión o en avión. Cuida su alimentación y forma de beber. Hace ejercicio. Evita en lo posible tomar medicinas y jamás se automedica. Es bastante fácil evitar enfermedades, todos conocemos las medidas y sólo es cuestión de seguirlas siempre. Para vender más y mejor, es necesario evitar enfermedades.

Consejo 023 / Controla tu estado de ánimo

El estado del ánimo es controlable. Nosotros podemos manipularlo con diferentes técnicas, por ejemplo, con programación neurolingüística o inteligencia emocional. Existe mucha literatura especializada al respecto. Muchos factores influyen en el ánimo, pero todos dependen de nosotros mismos. Cuando el ánimo está por los suelos, no basta con querer estar mejor o enfocar todo nuestro pensamiento en esa tarea. También es necesario hacer algo, generar un cambio, de preferencia interno. Las palabras son mágicas cuando están impregnadas de acción. El buen estado de ánimo es requisito para vender más y mejor. Cuando el vendedor exitoso se encuentra en una situación de inminente depresión, busca salir del problema antes de que sea más difícil escapar. Por ejemplo, con una tarde en el cine, un par de horas de caminata intensa, una visita al templo o con una llamada de auxilio al amigo verdadero.

Consejo 024 / Entrénate como campeón

Los equipos de futbol, atletismo o cualquier otro deporte, cuando son de primer nivel, requieren de al menos tres factores para ser ganadores: técnica correcta, actitud positiva y entrenamiento, mucho entrenamiento. Con los vendedores sucede algo similar, pero con la diferencia de que la mayoría no entrena. La experiencia se adquiere en el campo, con el pasar del tiempo y es muy valiosa, pero no debe sustituir al entrenamiento. ¿Cómo entrenamos los vendedores? Con la familia, con los amigos, con los compañeros de trabajo y, en especial, con otros vendedores en clínicas de ventas o talleres con representaciones tipo *roleplay*. Es cierto que algunas veces, buenos vendedores cometen el pecado de soberbia y prefieren no mostrar sus conocimientos, experiencias y técnicas ante otros vendedores, que no son tan exitosos como ellos. Pero no todos. Normalmente los mejores promotores están dispuestos a compartir con los demás, porque saben que también ellos mismos aprenden en el proceso. Algunos entrenan solos, ante el espejo cuando nadie los ve, en la intimidad. No importa la forma en que lo hagas. Para vender más y mejor, además de otras actividades importantes, el vendedor exitoso entrena y entrena mucho.

Consejo 025 / Haz ejercicio diariamente

El vendedor sano, de cuerpo y alma, hace ejercicio por lo menos tres veces por semana, durante un mínimo de 45 minutos, de los cuales 15 son aeróbicos. Para tener un cuerpo atlético y tan saludable que supere, como objeciones, la mayoría de las enfermedades comunes, es necesario que el ejercicio sea intenso y cotidiano (con un día de descanso a la semana). No hay razón válida o pretexto que justifique dejar de hacer ejercicio. El ejercicio o deporte no es opcional para el vendedor exitoso. Los mejores del mundo son personas sanas, físicamente ejercitadas, llenas de entusiasmo. Como un motor que abandonamos, los músculos se atrofian si dejamos de usarlos. Está equivocado el vendedor que considera que caminar tranquilamente durante su cambaceo (ventas en la calle de puerta en puerta) es suficiente para considerarlo como su ejercicio de todos los días. Caminar durante todo el día, de un lado para el otro dentro de las oficinas, tampoco es suficiente. El ejercicio debe ser realizado en un tiempo especial, que la persona dedica a su santuario, a su cuerpo, a su aliado, a su armadura. La ventaja más valiosa es el respeto y el valor que te otorgas a ti mismo, dándote la importancia y el tiempo que te mereces. La mejor herramienta para vender más y mejor es, sin duda alguna, tu propio cuerpo. ¡Ejercítalo!

Consejo 026 / Aprende de los errores

El vendedor exitoso se equivoca mucho. De hecho, con mucho más frecuencia que el vendedor mediocre. Así es el mundo de las ventas. No existe el prospecto perfecto, en el momento perfecto, con el producto perfecto disponible y a buen precio. Gracias a lo cual, los vendedores tenemos mucho trabajo. El vendedor que cree saber todo sobre las ventas, que cree haber alcanzado su máximo posible, está muerto profesionalmente. O, al menos, en un declive descendente hacia el fracaso. No es malo cometer errores, lo malo es no aprender de ellos. Para lograr el éxito, usamos las equivocaciones como una ventaja. Ya sabemos por dónde irnos con más cuidado y qué caminos evitar. Para vender más y mejor, debemos equivocarnos y cometer muchos errores. No es malo, es una realidad. La diferencia entre el vendedor exitoso y el perdedor es que el primero no repite errores, comete nuevos y el segundo, siempre tropieza con la misma piedra.

Consejo 027 / Da las gracias

¡Agradece! Si puedes, llama a tu cliente o envíale un mail de agradecimiento. Siempre lo considerará un gesto positivo de tu parte y te mantendrá presente. Es además un buen momento para recordarle tu número de teléfono celular. Dar las gracias es posiblemente la regla de cortesía más importante. Existen empresas muy grandes con sucursales en todas las ciudades del país en las que, increíblemente, los empleados no solamente no saludan amablemente, sino que tampoco dan las gracias. Al salir del establecimiento, el cliente (que gastó su dinero) es despedido, esta vez sí amablemente por el guardia de seguridad que, cabe mencionar, trabaja para otra empresa y lleva un emblema en su camisa diferente a la del establecimiento. El vendedor exitoso da siempre las gracias, por la compra o por el tiempo que le dedicó su prospecto. Para vender más y mejor, debemos agradecer lo que tenemos, lo que ya recibimos, la atención, la sonrisa. Aprecia lo que tienes y lo que ya conseguiste.

Consejo 028 / El "no" ya lo tienes

Para ser exitoso, es necesario intentar serlo primero. Sólo probando sabremos si el prospecto va a comprar. Si no lo pruebas, no sabrás si funciona. No descartes posibilidades sin bases. Toma riesgos. El vendedor exitoso se pregunta a sí mismo antes de rendirse: -¿Qué es lo peor que puede pasar si este cliente no me compra mi producto o servicio?-. La respuesta es siempre la misma: -Nada-. El miedo al fracaso, el miedo a la respuesta negativa, nunca debe ser un freno para seguir intentando. Quien espera siempre ganar y nunca perder, es mejor que no siga esperando. Ese es el juego de la vida. Sentir miedo es parte del proceso de la venta, no hay alternativa. Siempre existe la opción de fracasar. El cantante más exitoso siente miedo cadavérico unos segundos antes de subir al escenario, donde un auditorio repleto espera con grandes expectativas su actuación. Y, es normal. Para vender más y mejor, nunca permitas que el miedo te paralice. El “no” ya lo tienes. Lo que consigas adicional al "no", es ganancia.

Consejo 029 / Evita usar excusas

Los pretextos son excusas para no tomar una decisión. Tapan o cubren la verdad, evitando ponerla al descubierto. El vendedor exitoso sabe que ese no es el camino correcto para el éxito. Para vender más y mejor, el vendedor debe descubrir la verdad. Especialmente cuando el prospecto usa un pretexto como objeción. Para ser ganador debes evitar usar excusas en tu trabajo, en tu casa y, sobre todo, contigo mismo. Una buena técnica para desechar pretextos es la siguiente: cada vez que te descubras a ti mismo usando alguna razón o motivo, que no te permita avanzar para lograr tus metas y objetivos, apunta en un papel por lo menos tres sólidas y firmes razones por las que no lo estás logrando. Evita frases como: "no tengo tiempo", "no estoy preparado", "no es el momento", "yo no puedo", "no es tan importante", etc. El vendedor triunfador no usa pretextos ni excusas jamás. Enfrenta las circunstancias tal y como vienen.

Consejo 030 / Negociar *win-win*

Para vender más y mejor, debemos considerar a la contraparte como un integrante de nuestro equipo y nunca como a un contrincante. Dicho equipo está encargado de solucionar el conflicto. Esa es su tarea en conjunto. Entre muchas otras formas de catalogar las estrategias de negociación, está la clásica *win-win* o ganar-ganar, como se conoce en español, y la más utilizada y común, ganar-perder. *Win-win* significa que ambos ganan, que la negociación concluye con una opción equitativa para todos los participantes. No se ve al otro como un enemigo a vencer. Es esencial enfocarse en los intereses y objetivos del otro. Finalmente, nuestras necesidades las conocemos de antemano y a fondo. Los hombres más ricos y poderosos del mundo, de la empresa y del grupo de vendedores son esencialmente buenos negociadores. A la mesa de negociación hay que ir preparado y con la estrategia planificada. Debemos llegar con un rango de resultado preestablecido: el resultado óptimo, el bueno y el mínimo esperado (por debajo del cual no cerraremos ningún acuerdo). Las tácticas de presión y agresión se deben evitar siempre y, si descubrimos que nuestro interlocutor las está usando, debemos detener el proceso de negociación hasta que las condiciones sean justas. Cuando te sienten frente a una ventana tan luminosa que te deslumbre y no puedas ver bien, cuando te ofrezcan una silla de menor altura que la de los demás, cuando no te ofrezcan café o agua mientras los demás están tomándolo o te interrumpan constantemente, no sigas con la negociación. Detente y espera un mejor momento. Es mejor no cerrar un acuerdo, que hacer un mal trato.

Consejo 031 / Anota ideas importantes

El vendedor profesional siempre lleva consigo (además de tarjetas personales) pluma y papel. Muchas ideas, soluciones y respuestas importantes nos vienen a la mente en el momento menos esperado y la mayoría lamenta no poder anotarlas y olvidarlas después. Ojalá y todos los problemas fueran tan simples de resolver. Cuando el prospecto nos hace algún comentario relevante, que podría utilizarse más adelante durante el proceso de argumentación, es primordial apuntarlo en un papel para que no se nos olvide. El nombre de su cónyuge, la edad de sus hijos, la ciudad donde nació y otros datos pueden parecer irrelevantes. Pero cuando los anotamos, se quedan latentes en nuestra mente y muchas veces surgen momentos especiales en los que, al usarlos, reavivamos el interés del prospecto cuando escucha algo relacionado directamente con su persona. Llevar siempre papel, pluma, grabadora o algún dispositivo electrónico de fácil acceso es prácticamente obligatorio para el vendedor exitoso. Podría manifestársenos una idea genial, una explosión del intelecto y, sólo si tenemos a la mano dónde registrarla, podría resultarnos de utilidad más adelante. Grandes genios de la historia concibieron sus inventos o resolvieron los enigmas durante el sueño y, antes siquiera de levantarse, lo dictaron o apuntaron en una nota. Cuando se te ocurra una idea que te sirva para vender más y mejor, anótala. Tal vez la deseches, no importa. Pero es posible que te ayude a llegar a tus metas más rápidamente. Si tienes un sueño demasiado lejano y aparentemente inalcanzable, el simple acto de escribirlo en un papel lo acerca a la realidad. Pensarlo es ya un avance, decirlo lo hace creíble, pero anotarlo lo convierte en algo alcanzable, real y vivo.

Consejo 032 / Usa tarjetas personales

Las tarjetas personales o de representación no han pasado de moda. De hecho, siguen siendo una excelente herramienta para vender más y mejor. Deben ser acordes al producto o servicio. Es igual de inaceptable que un director de una institución financiera entregue tarjetas "muy divertidas" con colores fosforescentes, como que un payasito de fiestas entregue una tarjeta blanca con letras negras en formato muy solemne. La tarjeta "se queda" en lugar de la persona, en su representación. Por eso debe ser impecable, perfecta y acorde con el producto o servicio. ¡Señores! Por favor, no las guarden en su cartera. Si lo hacen, probablemente estén entregando una tarjeta con las esquinas dobladas, húmeda, calientita y con olor a piel. Siempre deben llevar al menos 2 en la bolsa de la camisa, listas para entregarse en perfecto estado. ¡Mujeres! Por favor, no las guarden en el fondo de la bolsa. El prospecto no tiene por qué ver su cepillo (lleno de pelos) o la mamila de hace 3 días de su bebé. El uso de un tarjetero es muy elegante y mantiene las tarjetas en perfecto estado. Siempre entrégala al inicio del encuentro. El prospecto la revisará y guardará en un lugar especial. Si la entregas como acto de salvamento, al final de la visita, normalmente irá a dar a la basura y, muchas veces, partida por la mitad antes de ser arrojada al cesto. El vendedor profesional usa tarjetas personales de primera calidad.

Consejo 033 / Enfrenta las objeciones

Los malos vendedores intentan, sin sentido lógico, desvanecer, restar importancia o, inclusive, olvidar las objeciones del prospecto. El vendedor exitoso sabe que las objeciones son lo más importante en la mente del cliente. Debemos en primer lugar identificarlas, después aceptarlas y finalmente repetirlas fuerte y claramente. Como un acto de empatía pura. Existen sólo tres tipos de objeciones: las preocupaciones legítimas, la falta de información y los pretextos. En los tres escenarios debemos empezar por reconocer la objeción. Una vez identificada, repetida con voz fuerte y clara, se procede de forma distinta en cada caso. Las preocupaciones legítimas son razones reales por las que nuestro producto o servicio no puede satisfacer las necesidades o intereses del prospecto. La técnica correcta, después de reconocerlas, es resaltar las ventajas y beneficios que sí podemos ofrecer, y proceder a cerrar la venta. En el caso de falta de información, también identificamos y resaltamos la objeción, completamos la información faltante, y cerramos la venta. Finalmente los pretextos: Debemos intentar que el cliente nos diga la verdad. Los pretextos son falsas razones, que ocultan el verdadero motivo por el cual el prospecto no compra el producto o servicio. Para vender más y mejor y convertir por lo menos el 20% de los pretextos en cierres reales, es necesario dar un paso adicional: preguntarle al prospecto la verdadera razón por la que decidió no comprar. Por ejemplo: -Ayúdeme a ser un mejor vendedor. Ya no voy a insistir. Pero, dígame sinceramente: ¿Por qué no quiere realizar la compra?-. Otra forma más sutil es transferir la culpa a un tercero: -En la empresa nos solicitan, cuando el cliente no compra el producto, que le preguntemos cuál es la razón. ¿Me podría decir cuál es la suya para no comprarnos?-. Muchas veces, la respuesta será otro pretexto o la reiteración del que ya nos dio. Pero en muchas otras, nos dirá la verdadera razón. Entonces, podremos convertir esa objeción en un cierre exitoso. El vendedor exitoso enfrenta las objeciones, no las rehúye.

Consejo 034 / Usa el nombre propio

Utilizar el nombre del cliente hace que la conversación se vista de un halo de familiaridad. Trata siempre de investigarlo antes del primer contacto. Es de gran impacto saludar por primera vez a alguien empleando su nombre propio. Si es necesario, pregúntaselo directamente. No tiene nada de malo. Puedes usar el viejo truco de: -Soy José Pérez. ¿Con quién tengo el gusto?-. Es importante que no olvides que un vendedor excelente jamás comete la imprudencia de preguntar dos veces lo mismo. También es error común sobreexplotar esta herramienta. Repetirle más de cinco veces su nombre a la misma persona durante una conversación, puede resultar hasta grotesco. Seguramente alguna vez te atendió alguien, que más que un buen servidor, te pareció un mal servil. -Sí, Sr. López. Desde luego, Sr. López. Como usted diga, Sr. López. A sus órdenes, Sr López-, etc. Para vender más y mejor, anota el nombre del prospecto para no olvidarlo. Úsalo solamente en los momentos propicios. De manera similar a como lo haríamos con un amigo. El vendedor profesional sabe cuándo y cómo usar el nombre propio del cliente.

Consejo 035 / Trabaja en equipo

No siempre se consiguen las metas trabajando individualmente. Aunque tu labor como vendedor sea personal, normalmente necesitas el apoyo previo y posterior de otros miembros del equipo. Comparte tus metas con los demás. Coméntales las objeciones más comunes que te expresan los clientes para no comprarte. Seguramente te darán buenos puntos de vista (diferentes a los tuyos) sobre cómo podrías enfrentar y superar esos obstáculos. Cuando te sientas alicaído, coméntalo con tus compañeros. Si siempre has sido un buen elemento del equipo, te apoyarán, animarán y tratarán de que te auto-motives. Si por la naturaleza de tu trabajo no requieres del apoyo de otras personas antes o después del proceso de ventas, busca tu equipo de apoyo entre tus amigos o familiares. Comparte tus metas. Sobre todo, el entusiasmo por alcanzarlas. Esto hará que tus objetivos sean más tangibles y seguramente los miembros de tu equipo virtual te cuestionarán los avances y te ayudarán a corregir la dirección. Para vender más y mejor, además de hacer equipo, puedes generar alianzas con otros vendedores, con otras empresas, con la tiendita de la esquina, etc. Trabajando en equipo se obtienen mejores resultados.

Consejo 036 / Cae bien

La capacidad que tiene el vendedor de genuinamente "caerle" bien a sus clientes eleva el índice de probabilidades de cerrar más ventas. Ser simpático no significa ser el chistosito. Quiere decir hacer un esfuerzo especial para agradar a los demás, actuando de la mejor forma y con la mayor consideración. La simpatía real, de corazón y que se manifiesta sinceramente, vende más y mejor.

Consejo 037 / No lo compliques

A nadie le gustan las complicaciones. Siempre preferimos las cosas simples y sencillas. Es más fácil comprenderlas y asimilarlas. Por favor no le compliques la existencia a los prospectos. Las ofertas sobre-condicionadas ahuyentan las ventas y parecen un engaño, más que una súper oportunidad. Por ejemplo: al pagar la cuarta mensualidad, le regalamos la octava, siempre y cuando pague en efectivo la quinta y sexta y, además, si paga antes del vencimiento la quinta, le descontamos una tercera parte de la segunda. ¡Por favor gerentes comerciales! Mantengan las ofertas comprensibles. Los mensajes deben ser cortos y claros. El proceso de venta debe fluir como agua para el cliente. Los vendedores que le exigen a sus prospectos que les manden cuanto antes los documentos, se quedan generalmente esperando. Cuando te pidan una cotización, mándala de inmediato. No le ofrezcas mandársela en un par de días. Probablemente tu competencia se la mandará antes que tú. La claridad, prontitud y oportunidad son factores determinantes en la toma de decisiones de compra. Si algún cliente deja de comprarte, no permitas jamás que el motivo sea lo complicado de tu proceso y que prefiera otro más simple. Para vender más y mejor, la oferta comercial debe ser corta, simple, fácil de entender y el proceso de venta rápido, ágil y transparente.

Consejo 038 / Toma el control

¿Sientes que las cosas van mal? ¿Intuyes que la situación no mejora? ¿Escuchas cómo todo empeora día con día? Podemos culpar al presidente, al país en donde nos tocó vivir o a la crisis recurrente. También podría ser responsabilidad de nuestros padres, de los pocos recursos que tenemos o de la vida que hemos llevado en el pasado. En el trabajo es fácil descargar la culpa en el jefe, en los compañeros, en la competencia, en el precio, en los defectos del producto, etc. ¡ALTO! No sirve de nada pensar así. No resuelve el problema. Para vender más y mejor, debemos tomar el control de nuestra vida. La bonanza, el éxito, la felicidad no llegarán un día por sí mismos. Debemos procurarlos todos los días. La responsabilidad de nuestro futuro es nuestra, de nadie más. Seamos responsables y hagamos los ajustes necesarios para enderezar el rumbo. Quienes juegan el papel de víctima y descargan la responsabilidad en los demás o en las circunstancias, nunca serán vendedores exitosos. El único que realmente puede garantizarte un futuro mejor, eres tú mismo. Sólo así podrás también disfrutar las oportunidades y ser feliz.

Consejo 039 / Cumple lo que ofreces

El vendedor exitoso cumple lo que ofrece. Cumple con lo que él, personalmente, se compromete (no miente jamás) y ofrece. Además del obvio buen servicio, sé siempre amable y cumple tu palabra, tus compromisos y tus responsabilidades. Para vender más y mejor, sobre todo mejor y a largo plazo, es imprescindible que le expliques claramente al prospecto las condiciones reales del producto. Por ejemplo, los malos vendedores suelen mentir a sus clientes con respecto a la fecha de entrega para apresurar el cierre y la firma del contrato. Al momento de la entrega, dan explicaciones tan inverosímiles, que ningún consumidor las acepta. El vendedor que mintió puede estar seguro de que el cliente nunca le volverá a comprar. El vendedor exitoso explica a su cliente que debido a que su producto tiene tanto éxito y a que la demanda es enorme, sería conveniente que firmara el contrato o que cerrara la venta en ese instante, para asegurarse de tener el producto en un tiempo determinado (siempre dice un lapso mayor al real). Cuando el cliente, después de esperar, recibe su producto unos días o semanas antes de lo prometido, agradece al vendedor y lo busca en la siguiente oportunidad para una compra adicional o re-compra.

Consejo 040 / Cuida los detalles

La primera impresión es la más importante y es implacable. Pero la imagen final que el prospecto se forma del vendedor está conformada por miles de pequeños detalles. Ese conjunto evoca en la percepción del cliente una imagen general, que puede ser de desorden, de incoherencia o, la más afortunada, de éxito. Imagina que le pides la dirección electrónica a una gran ejecutiva de una empresa importante y te contesta: rositafresita43@hotmail.com. Su imagen general de sobriedad y elegancia se derrumba instantáneamente. Las tarjetas personales con faltas de ortografía o números tachados (con los nuevos números escritos a mano, debajo de los tachados); la contestadora telefónica con el mensaje original en inglés, o con la música de *El Golpe* o *Jingle Bells* son detalles que merman la imagen. Cada detalle cuenta, desde la limpieza de los zapatos, hasta la forma institucional y amable de contestar el teléfono. La música ambiental en las oficinas, el color del empaque del producto, la lista de precios sin correcciones, etc. Para vender más y mejor, el vendedor exitoso cuida todos los detalles, sabe que son clave importante para generar una imagen general coherente y positiva.

Consejo 041 / Conoce a tu competencia

Seamos vendedores de tiempo completo. El vendedor exitoso siempre está observando, analizando y aprendiendo de la competencia. Los clientes y prospectos, cuando se acercan al vendedor, ya conocen a la competencia o están a punto de conocerla, después de escucharlo. Debemos conocerla para tener, por lo menos, la misma información que nuestros prospectos. Recuerda la última vez que compraste una televisión o un refrigerador: te aseguro que comparaste marcas, modelos, precios y ventajas. Inclusive, visitaste varias tiendas diferentes. Lo mismo hacen nuestros prospectos, te lo garantizo. Una tabla comparativa de precios, modelos y características te permitirá convertirte en un experto. Hoy en día, Internet es una fuente magnífica de información. Nos facilita el proceso de investigación. Para vender más y mejor, el vendedor profesional siempre está trabajando. Cuando visita una tienda, aunque sea de productos o servicios totalmente diferentes a los que él vende, está evaluando cómo lo reciben, qué preguntas le hacen, cómo le presentan el producto, cómo se despiden y agradecen; cómo es la apariencia del vendedor, su uniforme, su actitud; cómo se percibe el orden y la limpieza del negocio, la música ambiental, etc. Aprovecha lo bueno y desecha lo que no sirve o no se puede aplicar. Conocer a la competencia en todos sus aspectos no es una recomendación, es un consejo imperativo.

Consejo 042 / Capacítate

La capacitación no es un lujo, es una necesidad. No es garantía de que las ventas van a aumentar. Pero no capacitarse es garantía total de que el vendedor, en el mejor de los casos, seguirá vendiendo lo mismo, de la misma forma y en la misma cantidad. El vendedor exitoso sabe que mientras más sabe, más crece y más vende. Los conocimientos son una de las mejores herramientas para alcanzar una mejor calidad de vida. La inseguridad se combate con información. Para vender más y mejor, es necesaria la confianza en sí mismo y ésta se consigue con capacitación. Muchos proveedores o distribuidores capacitan gratuitamente a sus vendedores. Si éste es tu caso, aprovéchalo al máximo posible, pregunta mucho y participa. Se ofrecen también cientos de cursos y talleres sobre temas relacionados con las ventas, manejo de objeciones, negociación, motivación, etc. Los precios varían muchísimo. ¿Es caro capacitarse? La respuesta es simple: es carísimo no capacitarse.

Consejo 043 / Busca estímulos saludables

Las razones que nos impulsan a la movilidad tienen diferentes orígenes. Pero la más efectiva es, sin duda, la auto-motivación. No es casualidad que existan cientos de títulos de libros relacionados con la auto-motivación. Todos, alguna vez, nos hemos sentido motivados o influidos por una película, por un libro o, inclusive, por la vida ejemplar de alguna persona importante. Para revivir esa motivación explosiva, sólo hace falta volver a vivir esa película, libro o historia ejemplar. Pero no siempre funciona y en cualquier circunstancia. Se dice que la felicidad y el éxito no son un destino, sino un camino. Posiblemente buscando esos motivadores naturales seamos más felices y nos acerquemos al éxito. El vendedor exitoso sabe que para estar 100% motivado necesita realizar otras actividades que le recreen el espíritu. Algunos se refugian en la iglesia, otros en el ejercicio o en el deporte, la música, los libros, la familia. No importa lo que hagan siempre y cuando, sea positivo. El estímulo debe ser saludable, moral, divertido y positivo. Para vender más y mejor, el camino no es siempre dedicar más horas al trabajo. Algunas veces, es necesario escaparse y hacer algo divertido, que nos motive a regresar con nuevos ánimos y fuerza para seguir vendiendo. Si alguna vez sientes que tus metas son inalcanzables, abandónalas durante algunas horas. Sal a caminar y a pensar en otras cosas y, cuando vuelvas descubrirás que tienes más entusiasmo para seguir adelante.

Consejo 044 / Actualiza tus medios

El medio de comunicación más barato por impacto es el correo directo electrónico. Está de moda y es efectivo. Algunos vendedores se desaniman porque envían 10,000 mensajes y sólo se genera una venta. Al analizar el costo, comparándolo con el de una venta por los medios masivos tradicionales, el *mailing* es muy económico. Los tiempos cambiaron. Las nuevas generaciones prefieren *Facebook* y *Twitter* en lugar de correo en papel y revistas impresas. Los medios masivos tradicionales se van convirtiendo en obsoletos. Pequeñas, medianas y enormes empresas ya lo están usando con mucho éxito. El impacto efectivo es medible instantáneamente y las campañas se pueden corregir *online*. Para vender más y mejor, la publicidad debe ser moderna y por los medios más populares.

Consejo 045 / Termina el proceso

Terminar una venta vale mucho más que iniciarla, especialmente tratándose de las comisiones. Iniciar el proceso de ventas es relativamente fácil, basta con tener un prospecto a la vista y un poco de entusiasmo. Perseverar trabajando duro hasta conseguir el cierre, es cosa diferente. Requiere de continuidad y esfuerzo, de no rendirse ante las primeras objeciones. Nosotros los vendedores somos los soldados que estamos al frente, los que tratan con los prospectos, los que saben mejor que nadie cuáles son las necesidades reales y, sobre todo, cuáles son las distintas formas de salvar las objeciones. La perseverancia y el esfuerzo no son suficientes. No basta con trabajar muchas horas. Debemos trabajar mejor, de la mejor forma posible. Para vender más y mejor, es imprescindible cerrar más ventas. Algunos malos vendedores hacen contacto con su prospecto, califican o determinan sus necesidades e intereses, argumentan adecuadamente, superan las objeciones, pero no cierran. Abandonan a su prospecto justo cuando está listo para comprar. ¿Cuál es el momento preciso para dejar de darle seguimiento a un prospecto? La respuesta es simple: ¡Nunca! Si no ha comprado, insistiremos incansablemente por siempre (cuidando de espaciar la comunicación para no ser atosigantes). Si ya compró, tampoco lo abandonaremos. Primero le daremos seguimiento post-venta y, después, intentaremos cerrar otra venta adicional. Cerrar la venta tiene mucho más valor que iniciarla.

Consejo 046 / Confía en ti mismo

Los contadores cuadran las finanzas cada mes; los carpinteros logran que de cada cien muebles que fabrican, cien muebles sean entregados. Mientras que los vendedores, dependiendo del producto o servicio y de la temporada logramos, normalmente, sólo un pequeño porcentaje de éxito. Es normal. Ningún vendedor cierra la venta en todos los intentos. Por eso es una profesión tan bien pagada. Para vender más y mejor, debemos recordar que lo que rechaza el prospecto no es a la persona sino al producto o servicio. El vendedor exitoso sabe que si es amable y su presentación personal es aceptable, la venta estará centrada en los intereses del prospecto y en las ventajas y beneficios que podría obtener y, nunca, en su persona. Para lograr una auto-estima sólida, que le permita confiar en sí mismo, el vendedor debe empezar por lo más obvio: conocer y dominar su producto y saber cómo detectar las necesidades de su cliente. Una persona que confía en sí misma, logra sus metas. Y las nuevas metas que se proponga, serán cada vez más retadoras.

Consejo 047 / Atiende las quejas

El vendedor mediocre, después de cerrar su venta, se olvida del cliente y se concentra solamente en sus nuevos prospectos. El vendedor profesional atiende las quejas de sus clientes o las canaliza al área adecuada. Algunos días después de la venta, llama por teléfono a quienes le compraron (con algunos productos o servicios no es posible) para asegurarse que se entregó en tiempo y forma el producto y que éste cubrió las expectativas del cliente. Las quejas son algo normal. En algunos productos más que en otros. Lo que es inaceptable es no atenderlas. En muchas ocasiones, el vendedor no está en la posibilidad de atender personalmente y dar seguimiento al problema. Pero debe asegurarse de que la persona indicada lo haga. Puede asesorar a su cliente sobre la mejor manera de proceder para la pronta solución. Para vender más y mejor, atiende las quejas de tus clientes, aunque no puedas solucionarlas. Dales seguimiento y siempre busca la forma de ayudarlos. Las quejas de tus clientes son oportunidades para demostrarles que te interesan y que no sólo estás para ganar comisiones. Las buenas relaciones a largo plazo son muy rentables.

Consejo 048 / Persuade

El poder de persuasión tiene la pésima reputación de ser hermano de la manipulación. Nada más alejado de la realidad. El vendedor, que usa los argumentos de su prospecto en lugar de los suyos propios, convence fácilmente. Los intereses, necesidades y deseos del cliente son el verdadero fundamento de la argumentación efectiva. Si para un cliente lo más importante es el color y el sabor, se equivoca dramáticamente el vendedor que trata de cerrar la venta insistiendo en el magnífico precio y la súper garantía. Para vender más y mejor, el buen vendedor debe centrarse en los argumentos que realmente son importantes para su prospecto y nada más.

Consejo 049 / Logra sinergia

La sinergia en las ventas llegó para quedarse, no es una moda pasajera. En matemáticas el resultado de la suma de 1 más 1 es siempre 2. En sinergia el resultado de 1 más 1 puede ser 3, 4 ó mucho más. La sinergia es el segundo nivel en el trabajo en equipo, la eficiencia potencializada. Imaginemos a dos albañiles construyendo una pared de ladrillos. Uno de ellos es excelente para poner la mezcla del cemento y los ladrillos y el otro es muy fuerte y hábil para cargar los materiales. Les pagan a destajo (por metros construidos) y empiezan cada uno por su parte, en cada extremo del terreno. El primer día, logran construir 5 metros cuadrados de barda cada uno, pero están insatisfechos y cansados. El siguiente día acuerdan trabajar juntos y, mientras el más hábil pone mezcla y ladrillos a gran velocidad, sin distraerse, el más fuerte acarrea los ladrillos y prepara la mezcla de cemento, arena y agua. Al finalizar el día, entre los dos levantaron 15 metros cuadrados de barda. Están muy satisfechos porque cada uno hizo lo que mejor sabe hacer. Además, la barda resultó de mejor calidad y el patrón está más satisfecho que el primer día. Para vender más y mejor, y ganar más comisiones, el vendedor hace alianzas y sociedades con otros vendedores. Siempre intenta vender primero sus productos y servicios. Pero si descubre que los intereses, deseos o necesidades del cliente pueden satisfacerse con el producto o servicio de algún aliado, no duda en recomendarlo. Recordemos que es obligación del vendedor ayudar a su cliente y no necesariamente cerrar una venta.

Consejo 050 / Ofrece calidad

La calidad es probablemente la razón principal por la que decidimos comprar algo. Rara vez es el precio el que determina la toma de decisión. Constantemente nos topamos con anuncios publicitarios que enfocan su mensaje en el precio, la oferta, el ahorro y el descuento. Desde luego que nadie quiere pagar mucho dinero, ni más de lo correspondiente a la calidad, pero lo que más nos interesa e importa, como consumidores, es la calidad. Para vender más y mejor, el vendedor exitoso, durante su presentación de ventas, se enfoca en la calidad de su producto o servicio y en los atributos del mismo. Cuando nos centramos en la calidad, reflejamos confianza y seguridad. Los vendedores, aparentemente excelentes, pueden vender cualquier cosa, a cualquier precio. Normalmente son manipuladores que "obligan" al cliente a comprar algo que no quería comprar. Les funciona una sola vez, con suerte dos o tres veces, pero tarde o temprano se corre la voz y las ventas caen por su pésimo prestigio. Diferentes autores coinciden en que después de una venta de calidad, el cliente nos recomienda sólo un par de veces a otros prospectos. Pero cuando el producto o servicio no cumplió con las expectativas del cliente y el proceso de venta o el producto son de mala calidad, el cliente se lo comenta a muchas personas más. Algunos aseguran que son once, otros, siete y algunos, inclusive, que son veinte las personas que se enteran del mal proceso de la venta. No importa cuántos sean exactamente, lo realmente relevante es el daño multiplicador que genera la mala calidad. El vendedor exitoso sólo vende productos de calidad y su proceso de ventas también es siempre de calidad.

Crucigrama de las ventas

Instrucciones: Lee cada una de las frases y trata de completarlas. Encuentra en el crucigrama el número que corresponde a cada una de ellas y escríbelas en las casillas. Repite este procedimiento hasta que hayas completado todas las frases. Para ayudarte, primero resuelve las horizontales, después las verticales. Cuando no sepas alguna respuesta, simplemente déjala en blanco y regresa al finalizar. Tal vez con algunas letras (de otras palabras) puedas ayudarte a contestar correctamente.

Crucigrama de las ventas

Horizontales

1. La ____ del vendedor hace la diferencia.
2. Además de ser una clave de la cortesía, la ____ abre puertas.
3. Debemos descubrir los intereses, necesidades y ____ de los prospectos.
4. Debemos entregar las ____ personales al principio y no al final.
5. La ____ es clave para crear confianza en los clientes.
6. Cuando sumas 1 + 1 y el resultado es 3 o más se llama ____ .
7. Para ser culto empieza por tomar un libro y ____ .
8. Debemos cuidar nuestro ____ para estar sanos y fuertes.
9. Además de escuchar es importante ____ .
10. Un vendedor con mala ____ tiene poca oportunidad de vender.
11. El vendedor exitoso sabe ____ porque no siempre hay vacas gordas.
12. Debemos descubrir los ____, necesidades y deseos de los prospectos.
13. Las ____ deben ser retadoras, alcanzables, importantes, medibles, etc.
14. Haz ejercicio o practica ____ para mantenerte sano.
15. Las ____ nos ayudan a cerrar las ventas y además son inevitables.
16. Una de las claves más importantes de la ____ es saludar.
17. Trata siempre de ofrecer la mejor ____ posible. El cliente así lo espera.

Verticales

18. Habla ____ . No le des muchas vueltas.
19. El vendedor exitoso____ siempre con lo que ofrece.
20. La alarma del ____ te ayuda a ser puntual, pero es tu responsabilidad.
21. Ponte en los zapatos del cliente, logra ____ con él.
22. Cuida que el ____ de tu voz sea agradable. No debe sonar agresivo.
23. La ____ ayuda, pero debes vender ventajas y beneficios.
24. Es recomendable respirar profundamente ____ de tocar la puerta.
25. La ____ en cada región del país es diferente.
26. Definir a tu mercado meta no es cuestión de tener buen ____ .
27. Nunca debes ____ por la borda una relación anterior con un cliente.
28. El primer paso en el proceso de las ventas es la ____ .
29. Una conversación con el cliente te da mucha ____ de dónde cortar.
30. Nunca olvides revisar tu lista de ____ por lo menos una vez al día.
31. El vendedor que siempre dice la ____ es más apreciado por sus prospectos.
32. Debemos descubrir los intereses, ____ y deseos de los prospectos.
33. Las palabras en casillas 3, 12 y 32 no son ____. Son un paso escencial para vender.
34. Un vendedor efectivo debe mostrar ____ pero nunca pierde el buen humor.

Nota: respuestas en la última página

Consejo 051 / Piensa positivamente

Si piensas que no vas a cerrar la venta: ¡Acertaste! No vas a cerrar la venta. La mente es mucho más poderosa de lo que imaginamos y predispone a la persona para que sea profeta de sus propias predicciones. Los pensamientos negativos minan tu confianza y seguridad. Cuida mucho la forma en que hablas internamente. Respétate, háblate correctamente y siempre con frases positivas. Sobra imaginar qué sentiría otra persona si escuchara todo lo que algunas veces una persona negativa se dice a sí misma. Seamos realistas. Es muy difícil tener una actitud positiva siempre, todos los días y en todos los momentos. Es normal tener altas y bajas. Para vender más y mejor, el vendedor ganador visita al pesimismo de vez en cuando, pero nunca se queda con él. Siempre busca la manera de escapar. Para algunas personas es más fácil pensar en lo que odian, que en lo que aman. Siempre que lo que odien sea lo contrario a lo que nos ayuda a lograr las metas, es válido. La imagen de vendedor debe ser siempre positiva. Intenta tener un buen concepto de ti mismo y eso es lo que proyectarás. El prospecto prefiere comprarle a vendedores exitosos, positivos y ganadores. Ser un buen vendedor empieza por pensar que se es un buen vendedor.

Consejo 052 / Ordena tu lugar de trabajo

El vendedor exitoso es ordenado en su trabajo y en su vida privada. Practicar el buen hábito del orden nos permite ser más eficientes. Ser ordenado tiene dos grandes ventajas. La más importante es que interiormente visualizamos mejor el entorno en que nos movemos, de tal manera que cuando algo está fuera de lugar, nos cuesta menos trabajo encontrarlo. Para vender más y mejor, al vendedor nunca le falta un contrato, tarjeta de presentación, pluma o calculadora. Tampoco se le "juntan" dos citas en una misma fecha, a la misma hora. Jamás olvida una reunión de trabajo o los documentos importantes que debería tener disponibles. La otra gran ventaja es la imagen positiva que dejamos en nuestros clientes y compañeros de trabajo. Preferimos hacer negocios con personas ordenadas. Recuerdo el día en que acudí a una agencia de viajes para que organizaran mis vacaciones. El escritorio de la vendedora estaba atiborrado de folletos desordenados: China junto a Oaxaca, crucero junto a festival, etc. Nunca encontró, entre tanto desorden, el folleto que me quería mostrar. Después, tardó 10 minutos en imprimir una cotización, porque no encontraba el cable para conectar la impresora (que por cierto ya estaba conectada) y, finalmente, la imprimió con otro nombre de cliente y otro destino distinto al que yo le había solicitado. Se disculpó porque ya se le había terminado el papel y no había comprado más. ¿Te suena familiar? Espero que nunca hayas sido el que refleja esa imagen de desorden total: serías un pésimo vendedor. Es obvio que no compré mi viaje en esa agencia. Un lugar de trabajo ordenado invita a vender más y mejor. Dedica unos minutos, al terminar tu jornada, a organizar tus materiales y tu lugar de trabajo. Empezarás el siguiente día en un mejor ambiente, más positivo, más ganador.

Consejo 053 / Muestra imágenes

Algunas teorías psicológicas dividen, en al menos tres, las formas preferenciales o canales, que tiene el ser humano para percibir el mundo que lo rodea. De forma auditiva, visual y kinestésica o sensorial. Todos utilizamos los tres caminos para recibir la información, que luego el cerebro procesa, para crear las percepciones individuales. También es sabido que cada individuo prefiere o se inclina más por uno de estos conductos, aunque no deja de combinarlos. El vendedor profesional detecta si su prospecto es preferentemente visual y, cuando es así, aprovecha para mostrarle fotografías, dibujarle esquemas, usar panfletos o cualquier otro material visual que pueda apoyar su argumentación. Inclusive, cuando se dirige al prospecto, cuida de utilizar las palabras adecuadas. Por ejemplo: -¿Cómo lo ve?- Puede ser una buena pregunta en estos casos, o también: -Véase por un momento disfrutando su casa nueva. ¿Le gustaría ver las diferentes opciones que ofrecemos?-. Recuerda que para vender más y mejor, debemos hablarle a cada prospecto en su propio idioma, no existe un lenguaje único.

Consejo 054 / Mide tus resultados

Casi tan importante como plantearse metas y objetivos es medir los resultados y verificar el cumplimiento. Para alcanzar una meta importante, normalmente es necesario, primero, conseguir objetivos menores, que en su conjunto conllevan al resultado final. Las metas, para ser efectivas, requieren de por lo menos cinco características: ser importantes, retadoras, alcanzables, temporales y medibles. Es importante que sean medibles porque es la única forma de determinar si fuimos exitosos y si logramos nuestra meta. El vendedor exitoso, para vender más y mejor, mide constantemente sus resultados y los compara con sus objetivos. Cuando es posible, ajusta sus actividades y procedimientos para asegurarse de que logrará los resultados deseados. El mediocre no mide, se entera de sus resultados cuando recibe sus parcas comisiones y ya no puede corregir el camino. Así como los profesionistas exitosos, de cualquier ramo, miden sus resultados, mide tú también los tuyos y analiza cuáles son los factores del éxito.

Consejo 055 / Empieza por algo

El primer paso suele ser el más difícil. Una vez caminando, los pasos se van siguiendo uno al otro de forma natural. La planeación es, sin duda alguna, el fundamento para que el proceso culmine en éxito. El error está en planear tanto y tan detalladamente, que nunca llegue el momento de realmente iniciar. Es bueno planear, entendámoslo claramente. Lo que es malo es solamente planear. No tiene sentido. Un buen paso firme y seguro, en la dirección planeada, es todo lo que se requiere para poner en movimiento un proyecto. Los escritores y compositores se enfrentan algunas veces a la famosa "hoja en blanco". Una vez que plasman la primera letra o nota musical, se desarrolla toda una tormenta de palabras o acordes que pueden culminar en una obra majestuosa. Sin embargo algunos, potencialmente maestros, se quedaron siempre con la "hoja en blanco". Para vender más y mejor debemos, antes de dar el primer paso, aclarar la meta, tomar aire y enfocar todos los pasos y todo nuestro esfuerzo en alcanzar el objetivo, y no sólo en avanzar a la deriva. Para ser un vendedor exitoso, tienes que dar el primer paso hoy mismo (no mañana). Por ejemplo, busca nuevos prospectos en otros mercados, estudia tu producto y el de la competencia o sigue los 100 consejos para vender más y mejor.

Consejo 056 / Controla el proceso

El vendedor se ocupa de que su prospecto sienta que el proceso es natural e, inclusive, que piense que el que lo controla o guía es él mismo y no el vendedor. Pero la realidad no es esa. El vendedor controla siempre absolutamente todo el proceso, pero lo maneja con tanta elegancia y cortesía, que el cliente no lo percibe. El proceso natural para vender cualquier producto o servicio es el mismo: preparación, contacto con el cliente, detección de necesidades, deseos o intereses, argumentación, cierre y objeciones. El vendedor que permite, por presión del prospecto, saltar del contacto a las objeciones, normalmente pierde la venta. Para vender más y mejor, debemos seguir cada paso consecutivamente. Sólo existe una excepción a la regla: cuando el cliente quiere cerrar la venta.

Consejo 057 / Comunícate asertivamente

Las palabras son para el vendedor su mejor herramienta de trabajo. Pero, igual que un carpintero, sólo se pueden usar algunas en unos casos y otras en otros casos. Tratar de cortar una tabla con un martillo es tan absurdo como intentar convencer a un prospecto con términos complicados, que no entienda. El vendedor exitoso se comunica asertivamente. Sabe que debe cuidar mucho su vocabulario, que aunque debe ser muy extenso, utiliza sólo las palabras más comunes y sencillas. La asertividad va más allá de hablar claro y fuerte. En palabras simples, las cosas se dicen como son, tal cual y sin adornos. No significa ser grosero o rudo. El vendedor exitoso nunca olvida las reglas de cortesía. Por ejemplo, cuando no podemos ofrecer un descuento, debemos ser claros y decir que no podemos ofrecer un descuento. En una negociación casi siempre hay algunos puntos que no son negociables. La estrategia ganar-ganar nos exige ser asertivos y exponer claramente lo que no está disponible en la mesa de negociación. Pensemos por un momento en nosotros mismos: ¿Verdad que preferimos conocer de antemano las reglas del juego y no cuando la partida terminó y sorpresivamente resultamos perdedores?

Consejo 058 / Aprovecha las oportunidades

Las oportunidades rara vez se presentan dos veces. Quien no las aprovecha cuando aparecen, normalmente las pierde para siempre. Una de las claves del éxito es sin duda estar preparado para las oportunidades. Lo que puedes ver hoy por tu ventana, mañana ya no estará disponible. O, dicho de otra forma, lo que no disfrutes hoy, mañana ya no lo podrás disfrutar. Nunca podremos saber cuánto tiempo más permaneceremos en estas mismas condiciones. Podrían ser un par de años o tan sólo una horas. El vendedor exitoso aprovecha los días festivos, las promociones, los picos en las ventas, las temporadas altas, y no presupone que la situación permanecerá por siempre igual. Para vender más y mejor, debemos hacernos siempre una pregunta muy simple: ¿Si no es ahora el momento, cuándo será? La respuesta siempre es la misma, ahora mismo es el mejor momento para vender. No hay duda de que vendrán mejores momentos, siempre sucede. Pero lo que no hagamos ahora, no lo podremos hacer mañana. El vendedor profesional no sólo aprovecha las oportunidades, las busca constantemente y siempre está preparado para aprovecharlas.

Consejo 059 / Siembra y cosecha

Normalmente, la naturaleza del carácter y de la personalidad del vendedor, lo hace enfocar sus esfuerzos en sembrar prospectos o cosechar ventas de forma desbalanceada. Imagina un campesino que sólo siembra en su parcela y nunca cosecha. Imagina ahora a otro campesino sólo cosechando y jamás sembrando. Es absurdo. En la agricultura los tiempos de sembrar y cosechar son obvios y se repiten consecutivamente. En el mundo de los vendedores no sucede lo mismo y, por el contrario, constantemente cometemos el error de sembrar demasiado, mucho más de lo que podríamos cosechar. Otros cosechan y cosechan (o intentan cosechar), pero se olvidan de volver a sembrar. Para vender más y mejor, si tienes muchísimos prospectos pero estás cerrando muy pocas ventas, deja de sembrar un tiempo y dedícate a darle seguimiento a tus prospectos. Concéntrate en cosechar. Si estás, por el contrario, concentrado en unos pocos prospectos que están a punto de cerrar, y tu atención y seguimiento es sólo para ellos, ponte a sembrar, busca otros mercados, genera más prospectos. El vendedor exitoso maneja sus razones de ventas a la perfección y sabe los porcentajes ideales de esfuerzo que debe dedicar entre la siembra y la cosecha, o mejor dicho, entre prospectar y cerrar.

Consejo / 060 ¡Cállate!

Uno de los errores más comunes del vendedor mediocre es hablar mucho. Algunas veces el proceso de investigar y calificar al prospecto es sumamente fácil, sólo hace falta escuchar pacientemente. Pero algunos vendedores piensan que deben hablar mucho. Se confunden pensando que una gran cualidad del vendedor es nunca quedarse callado. El vendedor exitoso se concentra en su prospecto, en sus necesidades, intereses y deseos, y nunca en cerrar la venta. Desde luego que el final exitoso es el cierre, no nos confundamos, pero a través de satisfacer las necesidades del prospecto. Para vender más y mejor, el vendedor empieza por preguntar, para después permanecer callado y escuchar la opinión del prospecto. Algunas veces sólo es necesario un: -Dígame-, para que el prospecto nos explique clara y detalladamente sus intereses. Cuando el cliente esté hablando: ¡Cállate! El vendedor profesional sabe que lo más importante es el prospecto y sus necesidades. Por esa razón, nunca inicia el proceso de ventas describiendo su promoción, su oferta o las características del producto.

Consejo 061 / Apoya a tu empresa

La única manera que tiene una empresa de obtener resultados poco comunes, es trabajando en común. Dicho de una mejor manera, en equipo. Necesita a sus vendedores, especialmente a los buenos. Es cierto que el esfuerzo que hace cada individuo ayuda mucho al trabajo general. Pero es mucho más eficaz, cuando ese trabajo bien hecho, está pensado en el trabajo de los demás. Y, sobre todo, cuando todos se basan en los mismos objetivos. La organización plantea ciertos compromisos y metas, que cada persona que forma parte del equipo debe conocer, para que todos trabajen con la misma visión. Del empeño que pone cada vendedor surgirán los logros. Para vender más y mejor, el vendedor profesional siempre está pensando en los beneficios de la empresa para la que trabaja. Para obtener éxitos y triunfos en la vida personal, familiar y profesional, es necesario mantener la actitud adecuada en todo momento. Un mal vendedor que sólo piensa en sus comisiones y olvida a su empresa, a sus clientes y a su equipo, tarde o temprano termina por perder.

Consejo 062 / Busca lo bueno en la gente

Busca siempre lo bueno en la gente. Rechaza las conversaciones negativas. Descubre siempre lo positivo de los demás y proclámalo a los cuatro vientos. Serás más feliz y harás más felices a cuantos te rodean. Lo más fácil y, por desgracia lo más común, es hablar mal de la gente o de las situaciones. Si eres de esas personas, trata de cambiar tu manera de ver las cosas. Notarás que en tu casa y en tus relaciones con los demás, hay muchas más cosas bellas para disfrutar, que feas para quejarse. Los prospectos tienen hambre de elogios. Dáselos a manos llenas. El vendedor exitoso no abusa, ni elogia sin fundamento. El elogio sincero y de corazón te abrirá puertas insospechadas y hará que los demás te compren. Si te encuentras en la situación de tener que externar una crítica, busca al mismo tiempo algún aspecto positivo. Confronta siempre la crítica con el aspecto bueno. Juzgar negativamente algo que no tiene arreglo, sólo te traerá problemas. Descubre lo bueno y propón soluciones para lo que no lo es. Para vender más y mejor, inclínate hacia lo positivo y rechaza lo negativo. Serás más feliz, harás más felices a cuantos te rodean y tus ventas se verán incrementadas.

Consejo 063 / Da un poco más

Da siempre un paso más que los demás. Hay vendedores malos, regulares, buenos y excelentes. ¿De qué tipo de vendedor quieres ser tú? Lo que hace a un campeón es ese "poquito más" que pone allí donde los demás desisten. Realiza un poco más de lo que el procedimiento normal te pide. Ese poco más te puede llevar al cierre que tanto estás persiguiendo. Cumplir bien con nuestro trabajo, prepararnos, detectar necesidades, argumentar con bases y creatividad, y superar las objeciones es normal. El prospecto espera de nosotros que superemos sus expectativas. En el entorno competitivo de hoy, lleno de dinamismo y en franco desarrollo, hay siempre la posibilidad de hacer ese "poquito más", que nos hace destacar entre los vendedores mediocres. Algo tan sencillo como levantar una basura del piso, prestarle un teléfono al prospecto, invitarle un vaso de agua o cualquier esfuerzo que, por simple que parezca, que nuestro cliente no espere como "normal", nos hará destacar de entre el montón. Para vender más y mejor, da siempre un paso más que los demás. Lo que hace la diferencia entre un vendedor y un vendedor profesional y de excelencia es ese "poquito más", justo ahí donde los demás no ponen atención. Haz siempre un poco más de lo que se te pide. Ese poco más te puede conducir al éxito que estás buscando.

Consejo 064 / Enfrenta los retos

Enfrenta con entusiasmo los problemas. Las dificultades existen para ser vencidas. Cada vez que resuelves un problema, estás dando un paso firme hacia adelante en tu superación personal, que te prepara para mayores y más valiosos logros. El mundo vive una etapa muy importante de crecimiento y cambio. Igual que en todas las profesiones, los cambios significan también oportunidades en las ventas. No te aferres a un producto, a un sistema de ventas o a un procedimiento establecido, aunque tenga muchos, tal vez cientos de años funcionando. Posiblemente esto signifique mucho más trabajo y, sobre todo, más difícil o complicado. Pero también es cierto, que quienes con paso firme soporten y superen las dificultades, serán los vendedores exitosos del mañana. Para vender más y mejor, en esta época de cambios, no te quejes del trabajo, no te quejes de los precios, no te quejes de tu producto, sólo véndelo. Serás un ejemplo para los demás vendedores. Tu propio porvenir cuenta contigo, depende de ti y te ofrece el desafío. Acéptalo, no permitas que las objeciones o las dificultades te detengan. El vendedor exitoso enfrenta los retos.

Consejo 065 / Usa el cierre de opción

Como cliente o consumidor nos cuesta mucho trabajo decidirnos por el "sí" y aceptar la compra. Existen cientos de tipos de cierre de ventas diferentes, pero sin duda el más exitoso es el conocido como "cierre alternativo" o de opciones. Cuando el prospecto nos hace señales físicas primero, y después verbales, de que está listo para comprar, debemos proceder a cerrar. Si nos adelantamos y tratamos de cerrar, antes del *momentum*, parecemos demasiado ansiosos por cerrar y normalmente se cae la venta. De igual forma, si lo dejamos pasar y no cerramos en el momento preciso, el prospecto duda y rechaza la compra. El cierre de opción le permite al vendedor ofrecer al prospecto varias alternativas: sí comprar, sí comprar o en el último de los casos: sí comprar. Las posibles respuestas naturales a la pregunta: "¿Lo quiere comprar?", son sí y no. Por el contrario, las posibles respuestas a la pregunta (de cierre alternativo): "¿Lo prefiere verde o azul?, son verde, azul u otro color. Desde luego que cuando el cliente no quiere el producto puede contestar que no lo quiere comprar, pero no es una respuesta lógica a la pregunta que hicimos. Para explicarlo mejor, imaginemos que le preguntamos a alguien cuál es su color favorito y nos contesta que la comida italiana. Las personas normales contestan las preguntas de forma lógica y por esa razón el cierre alternativo o de opciones empuja mucho mejor el cierre de la venta, que cualquier otro método.

Consejo 066 / Sé prudente

El mundo está viviendo una transformación casi total. Los vendedores también debemos participar en este cambio con rumbo a la excelencia. Debemos cambiar nuestra forma de desempeñarnos en nuestro trabajo, con los prospectos, con los supervisores, con los medios, con el entorno y, sobre todo, en nuestra vida privada. Para ser vendedores profesionales completos y realizados, es decir, los ejecutivos exitosos, que cada uno de nosotros hemos soñado llegar a ser, debemos cambiar. Cambiar significa muchas cosas. El principal cambio que debemos realizar tiene que ver con la disciplina. Lo más importante es muy sencillo: utilizar la razón, la prudencia, la inteligencia, el saber. La diferencia entre el ser humano y el animal está ahí precisamente: en la inteligencia. Los animales hacen las cosas porque sus instintos así lo exigen. Los hombres hacemos las cosas porque nos ayudan en nuestro desarrollo. Para cambiar, debemos analizar primero qué es lo que deseamos cambiar, en dónde podemos mejorar, qué tenemos que hacer para ser mejores vendedores, cuáles son nuestros más frecuentes errores, con qué parte del proceso no nos sentimos a gusto. Después, debemos disciplinarnos para cambiar. Es una gran tarea. Para vender más y mejor, sólo con disciplina y con inteligencia podremos cumplir con la impostergable tarea de cambiar. Cambiar para vender más y mejor.

Consejo 067 / Nunca discutas

Medimos nuestro desempeño por el número de ventas logradas. Lo representamos con números y gráficas. Lo disfrutamos en comisiones. Pero no debemos olvidar nunca que el cliente es la razón de la existencia del vendedor. El prospecto es un ser humano de carne y hueso con sentimientos y emociones como los del vendedor. También con miedos, inhibiciones y prejuicios. El prospecto no es un contrincante, no es una persona con quien discutir, ni competir en inteligencia o conocimientos. En toda la historia de las ventas, nunca alguien le ha ganado una discusión a un cliente. El cliente siempre tiene la razón. Es obligación del vendedor sentir empatía, situarse en los zapatos del prospecto y entender su punto de vista. El prospecto expone sus necesidades, lo que desea, y es nuestro deber buscar la manera de satisfacerlo, de ayudarlo y de solucionar su problema. El vendedor cobra sus comisiones por realizar esta tarea. Cada vez que un cliente salga de las oficinas, termine una llamada telefónica o se aleje de un vendedor, debe de quedar satisfecho. Debe saber que su problema ya fue solucionado, que su necesidad o deseo será satisfecho. Para vender más y mejor, debemos cumplir, por lo menos, con lo que el prospecto espera. El vendedor exitoso acostumbra, además, a exceder las expectativas de sus clientes. Los problemas del prospecto, en realidad, no son suyos. Sus deseos y necesidades tampoco: son tarea del vendedor.

Consejo 068 / Cuida tu olor personal

Los animales no pueden ocultar el rechazo cuando algo huele mal. Se alejan lo más pronto posible y no les importa la opinión de los demás. Intuyen que su alimento no está en buen estado y que les puede hacer daño. Los humanos somos más tolerantes y cuando alguien huele un poco mal o tiene mal aliento, tratamos de pensar en otra cosa o de voltear un poco la cara. Pero cuando se trata de un vendedor y nosotros somos el cliente, simplemente no le compramos y lo evitamos al máximo posible. La mejor manera de mantener siempre un buen olor es la higiene. El baño es obligatorio por lo menos todas las mañanas, así como ropa limpia, desodorante y loción o perfume (nunca en exceso). El vendedor profesional siempre trae consigo cepillo y pasta de dientes, y lo usa muy frecuentemente. Recuerda que las mentas y chicles sólo intensifican el mal aliento. Sólo la higiene y el enjuague con mucha agua se llevan el mal olor. Un requisito para vender más y mejor es tener siempre un buen olor corporal y aliento fresco y limpio.

Consejo 069 / Ten lista tu respuesta

¿Qué se espera de un buen vendedor? No simplemente que trabaje muy duro. Casi todos trabajamos ya lo mejor que podemos durante muchas horas cada día. Se trata de hacerlo con más astucia. De trabajar mejor, con más calidad y con más inteligencia. Vender más y mejor exige gente comprometida con el cambio. Si crees que no puedes y que no estás preparado: ¡Acertaste! Tienes razón y tú no puedes, será mejor que te dediques a otra cosa. El vendedor exitoso debe estar convencido de que puede cambiar. Nuestro destino está indisolublemente ligado a lo que estamos haciendo hoy. Si no cambiamos hoy, ¿el futuro será mejor? En el mejor de los casos, permanecerá igual. Tratemos de mejorar nuestra puntería y lograr que nuestros impactos den más cerca del objetivo, del *target*. Intentemos hoy mismo hacer algo mejor de como lo estamos haciendo cotidianamente. Nadie nos puede censurar por intentarlo. El día que tengas la suerte de encontrarte a un gurú de las ventas o de los negocios, invariablemente te preguntará qué estás haciendo para mejorar tus resultados. Los vendedores profesionales siempre tienen una respuesta, aunque no sea perfecta. Los mediocres se quedan mudos. Reflexiónalo y ten lista tu respuesta.

Consejo 070 / No vendas

Cuando le preguntas a algún amigo: -¿Dónde lo compraste? -Normalmente te contesta: -Lo compré en la tienda que está en el centro-. A los consumidores nos gusta comprar, no nos gusta que nos vendan. Parece un juego de palabras, pero no lo es. Cuando el otro me vende algo, significa que logró su objetivo. Y cuando yo compro algo, soy yo el que consiguió lo que quería. El título de vendedor es normalmente mal aceptado y a muchos les cae mal. Por esa razón encontramos tan pocos vendedores y, en cambio, muchos asesores de ventas, ejecutivos de cuenta, representantes de atención, etc. ¿Por qué caen mal? La verdad es que existen muchos vendedores malos, poco profesionales, que le venden al cliente lo que éste no quiere comprar. El primer paso para vender más y mejor, es permitir que el prospecto decida su compra, que sea él precisamente quien tome la decisión. Debemos permitir que los prospectos compren, no que nosotros les vendamos. La gente odia que le vendan y adora comprar. Otro buen consejo es romper el hielo antes de empezar el proceso de ventas. Suelta algún comentario positivo como: -¡qué lindo día! ¿Verdad?- u -hoy amanecí de excelente humor-, etc. Recuerda: que tu comentario sea siempre positivo. No cometas el error de hablar sobre el último crimen o sobre la eterna crisis. Crea el mágico "*rapport*" antes de empezar a argumentar. Estudia a tu prospecto y háblale en su mismo idioma. Si quiere ver, muéstrale; si quiere escuchar, explícale y si es kinestésico, déjalo que sienta el producto, que lo pruebe. No vendas.

Consejo 071 / Habla claramente

El vendedor debe tener un vocabulario muy amplio: debe conocer todo tipo de términos y palabras, inclusive exóticas, extrañas, poco utilizadas y estrafalarias. Pero el buen vendedor sólo usa palabras simples y claras. En contra de lo que muchos piensan sobre el vendedor exitoso, éste no debe ser como merolico y hablar y hablar por hablar. El vendedor experimentado pregunta, escucha con atención y observa. Un consejo valioso para vender más y mejor es decir solamente lo necesario, en el momento adecuado, con las palabras justas y en un tono agradable.

Consejo 072 / Relaciones públicas

En algunos procesos de venta, en especial para ciertos productos o servicios, es necesario hacer visitas en frío (sin previa cita). No es fácil, como no lo es nuestra profesión de vendedor. Gánate a la secretaria. Es quien te abre y cierra la puerta de la oficina de tu prospecto. Literal y físicamente es ella quien te puede cerrar o no la puerta. Trata de ganártela con las mejores armas del vendedor exitoso: su cortesía y su sonrisa sincera. Genuinamente, con amabilidad y, tratándola como a una dama, sin importar cómo nos trate ella. Esa estrategia es suficiente para que ceda poco a poco. Evita a toda costa enviarle flores, invitarla a salir u ofrecerle regalos costosos. Si puedes regalarle una pequeña muestra de tu producto (no siempre es posible) o algún producto promocional simple, como una pluma, un llavero o algún recuerdo de bajo costo, es aceptable. Igual que con los amigos, lo que permite una relación duradera y sincera es el interés por el otro. Un elogio sincero para la pequeña de la foto sobre el escritorio de la secretaria, abre más puertas que el ofrecimiento de una jugosa "mordida". Para vender más y mejor, el vendedor exitoso sabe que debe tener excelentes relaciones públicas con todo el mundo: el guardia de la entrada, la señora de la limpieza, el director general, obviamente la secretaria y cualquier otra persona alrededor de su venta. Adicionalmente, las buenas relaciones públicas normalmente generan más prospectos por referencia positiva.

Consejo 073 / Explota tu creatividad

Los vendedores más exitosos se caracterizan, entre otras cosas, por utilizar constantemente su creatividad. La mente debe trabajar tan duro, o más duro que el cuerpo. Por ejemplo, si somos un tanto creativos, existen infinidad de salidas para la objeción del prospecto: combinaciones de productos o servicios, otros beneficios o ventajas no considerados o, inclusive, volumen mayor de compra o desembolso. El vendedor no debe usar las mismas estrategias siempre. Las circunstancias cambian y, creativamente, éste debe irse adaptando a la nueva realidad para no quedarse rezagado. Cuando los directores y gerentes de ventas inteligentes le preguntan a sus vendedores sobre los mejores medios para hacer publicidad (específica para su producto o servicio), se sorprenden al escuchar las ideas geniales y ganadoras, que nunca se les habían ocurrido. Los pasos en el proceso de ventas son siempre los mismos, pero la forma de abordarlos, el "cómo" cambia constantemente. Hay empresas que transmiten el mismo anuncio comercial durante años, por el mismo medio, en el mismo horario y con la misma frecuencia. Lo hacen así porque creen que les ha funcionado. ¿Será cierto? Seguramente podrían probar con éxito otros medios más económicos, más enfocados a su propio mercado y con mensajes más creativos. De forma similar, el vendedor exitoso, para vender más y mejor, debe ser creativo en la forma de abordar a sus prospectos. Siempre innovando.

Consejo 074 / Sigue ejemplos exitosos

Piensa en algunas personas que admiras. Reflexiona y decide qué es lo que admiras en ellas. Pregúntate, ¿qué características o habilidades especiales las hacen ser un modelo a seguir? Cuando tengas claro qué es "eso", que las hace triunfadoras o exitosas, podrás imitarlas precisamente en esas cualidades. Es muy importante seguir modelos de otras personas triunfadoras. Pero también es muy fructífero recordar los momentos en nuestra vida en que nosotros mismos fuimos exitosos y ejemplo para los demás. Haz memoria y recuerda ese momento en que metiste el gol ganador, o salvaste a una amiga de un peligro, o ganaste un premio por tu esfuerzo. Usa esas experiencias para recordarte que también tienes sangre de campeón. Si consigues que el éxito sea parte de tu identidad, parte de lo que eres, y que los demás te identifiquen como un vendedor exitoso, será difícil escapar del triunfo. No importa que exageres un poco, habla de ti como hablarías de una persona ejemplar, sólo lo bueno. Tus defectos y errores no hay razón para compartirlos con nadie. Para vender más y mejor, piensa mucho en el vendedor que quieres ser, imagínatelo constantemente, visualízalo.

Consejo 075 / Usa estadísticas

Conversando con un vendedor de cambaceo (puerta por puerta), le pregunté lo siguiente: ¿Qué día de la semana es más común encontrar a la gente en sus casas? -Me contestó, -los sábados por la tarde-. Después de haber hablado sobre diferentes temas y transcurrido un buen rato, le pregunté: -¿Cuáles son tus días y horarios de trabajo normales?- Me contestó: -Todos los días entre semana y los sábados por la mañana-. Sobra decir que al preguntarle los motivos por los que sus números de ventas no eran muy buenos, contestó con mucha firmeza que la causa se debía a que los prospectos pocas veces se encontraban en casa. Los mejores vendedores trabajan cuando sus prospectos están listos para comprar. Los vendedores mediocres venden cuando tienen tiempo disponible. Algunas empresas acostumbran hacer encuestas. La información puede ser muy valiosa, en especial los comentarios. Solicita que te permitan leerlos. Seguro que se convertirán en una herramienta más a tu servicio. La estadística es una ciencia exacta, no falla. Los datos que ya tienes disponibles hoy en día, te pueden ser de gran utilidad si los analizas cuidadosamente. Por ejemplo, los horarios en los que vendes más y en los que vendes menos. Puedes encontrar también mucha información estadística y de tendencias sobre tu producto y servicio en Internet, cámaras de comercio, revistas y universidades, la mayoría de las veces gratis o a un muy bajo costo. Para vender más y mejor, la estadística es una herramienta que puede detonar la diferencia entre el éxito y la mediocridad.

Consejo 076 / Cuidado con el alcohol

Siempre cae bien tomarse una copita. En algunos casos inclusive con los clientes. Pero cuidado, porque la frontera entre una copita y pasarse de copas es muy frágil. Un par de bebidas (copa de vino, tequilita o cerveza) es aceptable para relajarse y pasar un rato agradable. Beber mucho, o más de una vez a la semana, hace daño al organismo. Los buenos vendedores no dependemos de falsas herramientas, incluida la bebida, para vender más y mejor.

Consejo 077 / Usa base de datos

Estás a 10 metros de llegar a la cima, y das media vuelta para regresar derrotado al pie de la montaña. No lo conseguiste. Suena absurdo, pero miles de vendedores se quedan a instantes de cerrar la venta y, justo cuando el prospecto decide cerrar, el vendedor lo abandona y aparece la competencia en el momento preciso. ¡Por favor! Que nunca te suceda eso. Dale seguimiento a tus prospectos, pero no los hartes. Pocas cosas molestan tanto como una mosca y un vendedor insistente. Crea una base de datos. Guarda todos los datos de tus prospectos, aunque no te compren en ese momento, aunque puedan parecer basura. Te pueden servir en el futuro. Registra los detalles de cada contacto que tengas, por lo menos fecha, teléfono, dirección de correo electrónico, número para mensajes, edad, sexo, tema tratado, acuerdo, fecha y detalles de la próxima acción, cita, llamada, mensajes, cotización, etc. Anota cuándo le darás seguimiento y de qué tipo: por ejemplo, una llamada para concertar una cita o una visita para mostrarle una mejora del producto. Una base de datos ordenada te permite no molestar a tus prospectos con tanta insistencia, pero tampoco olvidarlos y dejar de darles seguimiento. Cada proceso de ventas, según el producto o servicio, puede ser diferente. Define un estándar y respétalo. Para vender más y mejor, aprovecha algún software existente. Algunos son muy caros y sofisticados y otros son sencillos, fáciles de usar y económicos. No importa si usas libretas, hoja de cálculo electrónica o un programa especial. Lo realmente importante es que nunca olvides a tus prospectos y que siempre les des el seguimiento adecuado.

Consejo 078 / Sueña despierto

Imagina tu mundo perfecto. Tu vida ideal como la soñaste en el pasado, pero ahora viendo hacia el futuro. Cómo será tu vida cotidiana dentro de cinco años. ¿Seguirás vendiendo los mismos productos y servicios? ¿De la misma forma? Imagina cómo será un día cualquiera. Cómo y con quién vivirás, dónde, en qué casa y en qué ciudad. Sueña con los fines de semana, qué estarás haciendo en tus días libres, qué lugares fantásticos visitarás en tus vacaciones. Soñar despierto, pensar positivamente en nuestro futuro, nos permite plantear metas reales y alcanzables. Los mejores vendedores del mundo acostumbran pegar en lugares muy visibles fotografías de casas hermosas, yates y otras pertenencias que sueñan con tener en el futuro. Visualizarlas diariamente los acerca y motiva a ser mejores, a buscar oportunidades y a vender más y mejor.

Consejo 079 / Rompe el hielo

Normalmente, los vendedores no somos bienvenidos. Una manera de romper las barreras que puede tener el prospecto cuando nos identifica como vendedor es actuar, simular o hacer algo que nos muestre como otro tipo de persona. Nunca como el clásico vendedor. Para lograrlo, es necesario decir claramente y con fuerza alguna frase que intencionalmente no tenga relación alguna con nuestro producto o servicio. Por ejemplo: -Qué hermoso jardín. Esas margaritas son realmente bellas-. Prueba algo relacionado con el clima: -¡Qué día tan espléndido!, se antoja estar al aire libre, ¿no es cierto?- Eso consigue por una parte, que el prospecto, aunque sea por un momento, deje de identificarnos con alguien que viene a quitarle su dinero y, por otro lado, inicia la conversación con un tema positivo. Los vendedores exitosos, para vender más y mejor, jamás olvidan que deben "romper el hielo" con temas positivos. ¡Por favor! Evita temas como la violencia y la crisis. El vendedor mediocre saluda a su prospecto e inicia su argumentación para cerrar lo más pronto posible. El vendedor exitoso se prepara antes de llegar con su prospecto e inicia la conversación. Primero, saludando cordialmente y, enseguida, rompiendo el hielo con un tema positivo. Después detecta las necesidades o intereses, argumenta, enfrenta con creatividad las objeciones y, cuando el prospecto hace las señales físicas y verbales, cierra la venta ofreciendo alternativas.

Consejo 080 / Planea tu vida

Dedica todos los días, por lo menos 15 minutos, a organizar tus actividades y compromisos del día siguiente. No es pérdida de tiempo. Pronto descubrirás cómo ahorras muchísimo tiempo y, sobre todo, cómo realizas todas las actividades programadas. Quienes no planean su día, normalmente sólo hacen lo urgente y olvidan lo importante. Planear tus actividades te permite enfocarte en tus metas y objetivos. Es también una excelente idea escribir pequeños carteles con tus sueños por alcanzar y pegarlos en lugares visibles para nunca perderlos de vista. Con el ajetreo diario de la vida moderna, es común olvidarlos. El primer paso para alcanzar una meta, es tener una meta. Una idea vaga de lo que nos gustaría tener o ser en el futuro, difícilmente nos motivará para lograr un cambio. Por el contrario, estrategias claras y aterrizadas en actividades concretas, nos llevarán ineludiblemente al éxito. Para vender más y mejor, el vendedor exitoso programa cada paso en su tiempo. No sólo las fechas límite, que son muy importantes, sino también el inicio y los hitos. Sin planeación, los sueños y las metas se van diluyendo y terminan en lindos recuerdos jamás alcanzados. ¿Cuándo vas a empezar a planear el resto de tu vida? "Hoy" es una buena respuesta y, cuando termines de hacerlo, podrás contestar otra pregunta aún más importante: ¿Cuándo vas a alcanzar tu meta?

Consejo 081 / Mantén la humildad

Al consumidor le gusta comprarle al vendedor que proyecta una imagen de persona exitosa, no de chocante. A pesar de ser un magnífico vendedor, que gana muchas comisiones y todos los premios posibles, el vendedor profesional, para vender más y mejor, conserva siempre su humildad. Desde luego que debemos sentirnos orgullosos de nuestros triunfos y compartirlos con las personas que más queremos. Pero, cuidado con estar propagando a los cuatro vientos lo magníficos que somos. Quienes no te conocen, prefieren tratar con un vendedor amable y preocupado por sus necesidades e intereses. Esfuérzate por alcanzar tus metas y superarlas, pero mantente reservado. Recuerda que el prospecto y no el vendedor, es lo más importante.

Consejo 082 / No desesperes

El éxito no es instantáneo. Conlleva tiempo conseguirlo. Quienes creen que los resultados son inmediatos, esperan tener éxito de la noche a la mañana y prácticamente desde el inicio. No sucederá, y es importante no esperarlo así, porque la decepción y el desánimo persiguen a esta derrota. Cuando el vendedor entiende que el proceso de ventas lleva tiempo, no se molesta cuando el éxito no llega de inmediato. Debemos disfrutar todo el trayecto, cada paso del proceso y no sólo el cierre de la venta. Imagina que partes de vacaciones a un lugar hermoso y que durante todo el trayecto cierras los ojos, que no disfrutas del paisaje ni del paseo y que sólo te concentras en el destino final: Sería un error, ¿verdad? El vendedor exitoso disfruta cada momento, cada contacto con el prospecto, cada paso, cada objeción, cada instante y, desde luego, culmina con un gran cierre. Paso a pasito se construye el éxito. Para vender más y mejor, el vendedor exitoso no se desespera, y sabe que rara vez logra una gran venta en un solo paso.

Consejo 083 / Lee libros

Una de la formas de adquirir experiencia y conocimientos nuevos, la mejor, es viviendo las experiencias. Pero es muy caro y requiere de mucho tiempo. También disponemos de otro recurso con el que se obtienen prácticamente los mismos resultados: la lectura. A través de los libros recreamos las experiencias de los personajes y aprendemos de ellos de forma rápida, sin riesgo e infinitamente más asequible. Existen muchas bibliotecas y librerías en todas las ciudades. Hay también muchos lugares para intercambiar libros. Además, a la mayoría de los lectores nos encanta compartir los buenos libros con los amigos. Los vendedores tenemos la gran ventaja de que existen disponibles miles de títulos sobre ventas. La lectura es una magnífica herramienta que utilizan los buenos vendedores para aprender a vender más y mejor. El vendedor exitoso siempre trae consigo un buen libro. Es mejor que lo sepas desde ahora. Si no te gusta leer, difícilmente llegarás a ser un vendedor de primer nivel.

Consejo 084 / Enfócate en tu mercado

En sus horas efectivas, el vendedor exitoso se concentra en su mercado meta, en los prospectos más susceptibles de comprar su producto o servicio. No vale la pena desperdiciar esfuerzos en quienes tienen pocas o nulas probabilidades de comprarnos. Pero, ¡cuidado!, porque los mercados cambian constantemente. Es un error pensar que quienes hace un par de años rechazaban comprar algún producto, sigan rechazándolo. Para vender más y mejor, entre otras actividades, el vendedor debe abrir o buscar nuevos mercados y nunca enfrascarse sólo en uno. Los mejores prospectos son quienes tienen recursos y están familiarizados con el producto o servicio.

Consejo 085 / Aprende de los demás

El sabio sabe más cuando reconoce que no sabe. El vendedor que considera que lo sabe todo, está perdido y sólo es cuestión de tiempo que empiece a ver reducidos sus resultados. Nadie tiene la obligación de saberlo todo. El vendedor exitoso, para vender más y mejor, tiene la obligación de aprender de los demás. Observando y preguntando se llega más rápidamente. La técnica conocida como "lluvia de ideas" es magnífica para compartir conocimientos entre diferentes vendedores. Se plantea un problema típico del proceso de ventas y los participantes lanzan variadas y originales ideas para resolverlo. Algunas veces se escuchan propuestas absurdas o que hasta hacen reír. Pero también surgen las mejores opciones. Soluciones que a nosotros jamás se nos habrían ocurrido. Comparte también tus ocurrencias, es una forma de alimentar la lluvia para que cada vez sea más copiosa.

Consejo 086 / Ten citas exitosas

Mientras te estás aproximando, y antes de llegar al sitio de tu visita, observa y escucha detenidamente cada detalle que vaya surgiendo. Recuerda la diferencia entre ver y observar, y entre oír y escuchar. La diferencia está dentro del cerebro. En cómo procesamos y usamos inteligentemente la información o cómo la almacenamos en forma de datos vacíos, sin razón de ser. Observa el estado de la pintura en las paredes, escucha la música ambiental, fíjate en la limpieza de los pisos, en los detalles raros, en los trofeos deportivos, en los adornos, las cajas, el orden y la limpieza, en los empleados, en sus uniformes, etc. Observa y escúchalo todo. Llega a tiempo. Llega entre 5 y 10 minutos antes de la cita. Demuestra responsabilidad e interés. Si llegas con más de 15 minutos de anticipación, parecería que no tienes otra cosa mejor qué hacer. Así es que, si llegas muy temprano, espera antes de acercarte y aprovecha para explorar los alrededores. Jamás llegues tarde. Excede tu cortesía con las recepcionistas y las secretarias. Rompe el hielo antes de empezar a vender. ¡Nunca! Por favor, nunca hagas visitas de seguimiento diciendo: -Pues aquí, dándole seguimiento-. Siempre lleva una propuesta nueva o diferente. Para vender más y mejor, la clave del éxito en las visitas a prospectos está en la preparación. Prepara la cita, no llegues a improvisar. Si es necesario, porque las necesidades del prospecto cambiaron, puedes improvisar, pero como último recurso.

Consejo 087 / Usa testimoniales

Algunos prospectos requieren de un estímulo adicional para atreverse a tomar la decisión de compra. Recordemos que no es fácil "dar el sí", especialmente cuando el producto o servicio no es de consumo básico, o el precio es considerable. Los testimoniales sirven como apoyo cuando falta un empujoncito para que el prospecto se decida. Los testimonios reales, en los que clientes satisfechos hablan positivamente de su experiencia con nuestro producto o servicio, mejoran la percepción del prospecto. Es muy importante que los clientes sean reales, espontáneos y las experiencias, creíbles. Los malos vendedores inventan testimoniales o utilizan a artistas famosos, pagados, para simular que éstos adoran el producto o servicio. Para vender más y mejor, los testimoniales cortos, sencillos, positivos y verificables, son el apoyo que muchas veces inclina la balanza.

Consejo 088 / Mejora tus marcas

Los deportistas están motivados para mejorar sus marcas constantemente. Un atleta de alto rendimiento, que fija sus metas iguales a las del mes pasado, está perdido y convirtiéndose en uno más del montón. Para vender más y mejor, es necesario aumentar tus estándares, tu mínimo a alcanzar. El vendedor debe ser el más interesado en esperar más de sí mismo. Las cuotas que te impongan, supéralas antes de empezar y siempre busca una nueva marca. Después, enfócate en perseguirla. Tener un objetivo claro y retador, pero alcanzable, ayuda mucho. Pero es necesario poner todo nuestro empeño. Con tesón, creatividad e inteligencia, asegura la consolidación de la vida que has soñado. Está en tus manos. Empieza por mejorar tus marcas, tus logros del pasado.

Consejo 089 / No lo tomes personal

Cuando un prospecto rechaza nuestro producto o servicio, rechaza nuestro producto o servicio. Parece obvio, pero muchos vendedores caen en el error de sentir que los rechazados son ellos mismos, como personas. Somos mucho menos importantes de lo que creemos (para los demás). El prospecto normalmente está pensando en sus necesidades y satisfacción y rara vez o nunca en los sentimientos del vendedor. Sólo que tengas mal olor personal, una presentación inadecuada y una actitud agresiva o pasiva, podría ser que seas tú el rechazado. Pero esos son síntomas de un vendedor mediocre, que sería mejor que se dedicara a otra profesión. Cada "no" debe ser objeto de análisis. Es mucho más simple de lo que parece preguntarle al prospecto directamente: -¿Me podría decir la razón por la que no se decidió?-. En la mayoría de los casos lo dirá claramente. Para vender más y mejor, el vendedor exitoso revisa cuidadosamente todos los pasos del proceso de ventas: su preparación, el contacto, la detección de necesidades, la argumentación inteligente y creativa y la superación de objeciones, antes del cierre exitoso.

Consejo 090 / Descubre sus intereses

Imagina que llegas a una zapatería y la señorita que atiende te lleva unas botas rojas del número 9 y te dice: - Se las prueba, por favor-. Y tú, amablemente le contestas: -Gracias, pero no me gustan las botas, no me gusta el color rojo y calzo del número 5-. La señorita, muy apenada, se disculpa diciendo: -Perdóneme, es que las últimas tres personas que entraron a la zapatería pidieron esas botas-. Parece un ejemplo absurdo, pero recordemos cuántas veces nos han tratado como a cualquier persona, suponiendo que todos los clientes quieren los mismos productos o servicios por las mismas razones. Siempre es necesario realizar un diagnóstico (algunos lo llaman calificación) del cliente antes de empezar a vender. Para vender más y mejor es imprescindible concentrarse en los gustos y preferencias del prospecto en lugar de en las posibles comisiones. El vendedor exitoso no repite lo mismo a todos sus clientes, usa una argumentación especial y única con cada uno. Escucha a tus clientes, entiende a tus clientes y descubre sus intereses antes de proceder a venderles.

Consejo 091 / Usa Internet

Hace algunos años, Internet era una burbuja que nadie entendía muy bien y que vendía muy poco. Hoy las cosas son diferentes. Si te parece que las redes sociales y los sitios WEB no son en realidad herramientas formales de ventas, es mejor que entiendas que poco a poco te quedarás solo. El mundo cambió y no es tan complicado. Utilizar Internet para vender más y mejor, es muy simple. Sólo hay que revisar algunos puntos importantes y dedicarle algún tiempo, preferentemente el tiempo en el que no estás tratando directamente con tus prospectos. Revisa tu sitio WEB (si no tienes uno, es urgente que lo adquieras). Debe ser sencillo, pero completo. Por lo menos debe tener una descripción corta de tu producto o servicio y con la opción de encontrar más información detallada con un simple clic. Debe tener un buen diseño acorde con tu producto o servicio. Los datos para contactarte son imprescindibles. La dirección electrónica debe ser formal: por ejemplo: tunombrea@hotmail.com sin apodos o nombres chuscos. Y, por favor, jamás uses direcciones como shockerboy444@yahoo.com.mx que demuestran tu inmadurez. Considera un hecho que *Facebook*, *Twitter* y *Messenger* son un "*must*". No son opcionales. Hace unos años, algunos prospectos preferían que se les contactara sólo por teléfono. Hoy algunos sólo se comunican con el mundo a través de redes sociales en Internet. No cierres los ojos. Es fácil, rápido de entender y adictivo. ¡Aprovéchalo!

Consejo 092 / Ama a tu cuerpo

Tu cuerpo es irremplazable. Algunas estrellas se "arreglan" con cirugía alguna parte, y otras se inyectan veneno en la cara, para mostrarse más jóvenes. La verdad es que el tiempo es inexorable y llega y pasa a su propio ritmo. El cuerpo se desgasta de forma natural y envejece con dignidad y belleza. Tu cuerpo es tuyo. Te fue entregado el día que naciste y está en tus manos mantenerlo en buen estado. No debes maltratarlo con comida chatarra, cigarro, alcohol, mal descanso y poco ejercicio. El alma se refleja en el exterior y es importante que el escaparate sea bueno. Para vender más y mejor, es imprescindible contar con un aliado vigoroso y lleno de vida en nuestro cuerpo, y no con un lastre que nos obstaculice avanzar. Si odias a tu cuerpo, te odias a ti mismo. Si te amas, empieza por amar a tu cuerpo. Estará contigo el resto de tu vida.

Consejo 093 / Aprende la lección

Para vender más y mejor debes aprender la primera lección. Aprende todas las lecciones que te ofrezca la vida. Algunos expertos en ventas aseguran que no existen los errores, que son oportunidades para aprender. Cuando finalmente aprendemos la lección, ya sea una lección de ventas, de vida, de amor, o de cualquier cosa, siempre viene otra lección mayor después y nunca terminamos de aprender. Es el único camino en la vida (para tener éxito). Los recursos para ser un triunfador están disponibles. Es tu decisión aprovecharlos. No es fácil. Nadie alguna vez ofreció que ser exitoso sería fácil. El día que tus lecciones por aprender terminen, podrás partir en paz, estás listo para morir.

Consejo 094 / No olvides al prospecto

Nunca abandonamos a un prospecto. Inclusive si nos pide directamente que "ya no lo molestemos". La clave está en la oportunidad. El vendedor exitoso define una estrategia clara, dependiendo de su producto o servicio, en cuanto a la frecuencia y método de abordar al prospecto. Para muchos productos o servicios un contacto cada veintiún días es adecuado. Siempre con alguna novedad. Algunas veces por correo electrónico, otras con una llamada telefónica, una visita, etc. ¡Nunca con la misma oferta! Esa ya la rechazó (o al menos no la compró). El error más común, por el cual los vendedores dejan de vender más y mejor, es hacer seguimiento como seguimiento. Inclusive algunos dicen textualmente al prospecto: -Aquí, dándole seguimiento-. Si el prospecto nunca responde y parece no interesarse en nuestro producto o servicio, podemos ampliar la frecuencia y hacer contacto con intervalos más amplios de tiempo. Si nos pide que dejemos de contactarlo, lo archivamos y, exactamente un año después, regresamos al ataque. En un año pueden pasar muchas cosas. Probablemente ya cambió de opinión y olvidó que nos rechazó tajantemente. Un prospecto es una persona que en algún momento mostró interés en nuestro producto o servicio y no lo abandonamos jamás.

Consejo 095 / Crea las circunstancias

La mayoría de los maestros de la psicología dicen que no se puede motivar a una persona. Se pueden crear las circunstancias para que ésta se auto-motive. Para conseguir que sus vendedores se activen, algunos supervisores o gerentes de ventas utilizan alguno de los siguientes métodos: la manipulación, la intimidación o la motivación. La manipulación mueve a la persona a hacer las cosas, porque cree que le conviene hacerlas, pero cuando descubre que fue engañado (manipulado) se desanima y la siguiente vez es casi imposible convencerle. Otros prefieren la intimidación. Sus vendedores salen a la calle vapuleados, regañados y sobre todo amenazados: -Venden más o tendrán un castigo-. Sin duda, para vender más y mejor, la motivación positiva es la alternativa recomendable. El supervisor crea un ambiente agradable en el que los vendedores se sienten animados a tener una buena actitud. La actitud positiva es la clave del éxito y sólo se consigue cuando estamos motivados.

Consejo 096 / Descansa

El cuerpo humano está diseñado para trabajar intensamente por periodos largos, pero también requiere de descanso. Dependiendo de su complexión, alimentación y hábitos de salud, es la cantidad de horas que necesita para recuperarse: desde cuatro horas, los que menos, hasta diez, los que tienen sobrepeso, fuman, toman alcohol en exceso o viven en constante estrés. Puede ser un círculo vicioso o virtuoso. Una cosa lleva a la otra. Escuché a un pésimo vendedor justificando sus resultados porque no dormía. Y no dormía porque tomaba mucho café y fumaba; y tomaba café para recuperarse de la desvelada del día anterior, en la que había comido y bebido en exceso para atenuar el estrés que le produce su obesidad, etc. Para vender más y mejor, el vendedor exitoso cuida su mejor instrumento: su cuerpo y, además de ejercitarlo, lo alimenta adecuadamente y le permite descansar para recuperarse. Un vendedor cansado no puede alcanzar sus metas, y su trabajo carece de la pasión y energía suficiente para triunfar. Descansa. Oblígate a descansar. Sentirás el beneficio de inmediato.

Consejo 097 / Sigue atento

Después del cierre de la venta y al pasar algún tiempo, el vendedor mediocre olvida a su cliente. El cliente también olvida al vendedor, pero en menos de la mitad del tiempo que le tomó al vendedor. Las empresas están obligadas (si quieren conservar a sus clientes) a dar servicio post-venta. Los vendedores, para vender más y mejor, deben dar también por su propia parte servicio post-venta, no como institución, sino como vendedor preocupado por la satisfacción de su cliente. Al llamarle o visitarlo y preguntarle cómo fue su experiencia de compra, aprendemos muchísimo. Nos servirá más adelante para ser mejores vendedores. Adicionalmente, mantener una buena relación con los clientes, genera más ventas por referidos o por recompra en el futuro. Recuerda que si tú no eres su vendedor, otro sí lo será. Algunos expertos aseguran que el proceso de la venta termina cuando el cliente vuelve a comprar.

Consejo 098 / Excédete en cortesía

La razón por la que muchos hoteles y restaurantes de gran calidad (y precios exorbitantes) dedican tantos recursos humanos y materiales a exceder las expectativas de cortesía y amabilidad de sus huéspedes y visitantes es muy clara. La cortesía vende. No es raro descubrirnos a nosotros mismos acudiendo a comprar a un establecimiento que no es barato, ni ofrece la mejor calidad, pero nos reconocen y tratan con excesiva amabilidad. Nos hacen sentir bien. Es simplemente negocio. Los reyes de la calidad en el servicio no son amables y cordiales sólo porque es "lindo" ser así, lo hacen porque vende y vende mucho. Imaginemos un caso en el que el prospecto decide no comprar nuestro producto y finalizamos el proceso con las siguientes palabras: -gracias y que le vaya bien-. Ahora imaginemos a otro prospecto muy similar, pero a quien hemos tratado con gran amabilidad y cortesía. Tampoco compra nuestro producto o servicio y nuestras últimas palabras al despedirnos son las siguientes: -Muchas gracias por el tiempo que me dedicó, es usted muy amable, le agradezco su atención y quedo a sus órdenes. Que tenga una magnífica tarde. Con su permiso, gracias y buenas tardes-. ¿Cuál de los dos prospectos tiene más probabilidades de cambiar de opinión, regresar, y realizar la compra?

Consejo 099 / Nunca te desanimes

Si quieres tener éxito en tu vida profesional como vendedor, no te desanimes al toparte con los obstáculos. Los problemas y las piedras en el camino son las pruebas necesarias que se nos presentan para obtener éxito. Sin obstáculos que enfrentar, nuestro trabajo no tendría gran mérito, cualquiera lo podría hacer. Quien se desanime, quien no le entre al primer indicio de resistencia o adversidad, no llegará muy lejos en el camino de las ventas. El vendedor exitoso tiene confianza en sí mismo y en su esfuerzo. Está seguro de que lo que emprenda, lo terminará exitosamente. Para vender más y mejor, el talento es importante, pero no es definitivo. Vale mucho más la entrega. Dar todo, lo mejor que se pueda, sin importar que otro lo haga mejor. Hay muchas cosas en las que otros vendedores pueden ser mejores que tú. Por ejemplo, en la facilidad para relacionarse con los demás o en la argumentación creativa. Así es la naturaleza del ser humano. Pero hay algo que está en tus manos, en lo que nadie te puede superar: el hacer tu trabajo lo mejor que puedas y el estar totalmente entregado a perseguir el éxito. ¡Inténtalo! El éxito llegará más temprano que tarde.

Consejo 100 / Síguelos uno por uno

Los 100 consejos para vender más y mejor están escritos pensando en que sus lectores los revisarán paulatinamente, uno por uno, día por día, y analizando su contenido. Con algunos consejos no estarás de acuerdo. Es válido. Algunos te fascinarán y desesperado querrás empezar a seguirlos antes de terminar de leerlos. Úsalos como mejor prefieras. El último consejo es que los leas uno por uno, de preferencia en grupo y, después, discútelos abiertamente. Algunos grupos de vendedores muy exitosos revisan uno cada día, en la mañana antes de salir al campo de batalla. ¡Éxito y muchas ventas!

Evaluación final

Instrucciones: marca con una "palomita" ☑ en el recuadro las respuestas que consideres correctas.

1. ¿Por qué el vendedor debe excederse en cortesía siempre?
   a. ☐ Porque así lo dice el libro de 100 Consejos para vender más y mejor.
   b. ☐ Porque es buen negocio y nos deja dinero.
   c. ☐ Porque a los prospectos les gusta que los traten con mucha cortesía.
   d. ☐ Porque nos ayuda a vender más y mejor.
   e. ☐ Porque la cortesía abre puertas.
   f. ☐ Porque nos mantiene más saludables.

2. ¿En qué momento debemos abandonar al prospecto? ☐ A los 90 días ☐ Nunca

3. ¿Cuándo debemos romper el hielo?
   a. ☐ Cuando el cliente se pone un poco pesado.
   b. ☐ Antes de estar en contacto con el cliente.
   c. ☐ Cuando queremos preparar una piña colada.

4. ¿Estás haciendo algo para mejorar y aumentar tus ventas? ☐ Sí ☐ No ☐ Poco

5. ¿Sirve criticar o juzgar lo que no tiene arreglo? ¿Vale la pena hacerlo? ☐ Sí ☐ No

6. ¿Qué se debe hacer con las objeciones?
   a. ☐ Desvanecerlas, restarles importancia y tratar de hablar de otro tema.
   b. ☐ Enfrentarlas.
   c. ☐ En el caso de los pretextos, darle por su lado al cliente.

7. Cuando las ventas están disminuyendo o están en el peor de sus momentos debemos:
   a. ☐ Reducir los gastos, especialmente los de publicidad.
   b. ☐ Insistir con los mismos prospectos hasta que nos compren.
   c. ☐ Buscar nuevos prospectos en otras fuentes diferentes.
   d. ☐ Buscar otro producto que sea más fácil de vender.

8. ¿A los clientes les gusta comprar o que les vendan? ☐ Da igual ☐ Comprar ☐ Que les vendan

Nota: respuestas en la última página

100 Consejos para VENDER más y mejor

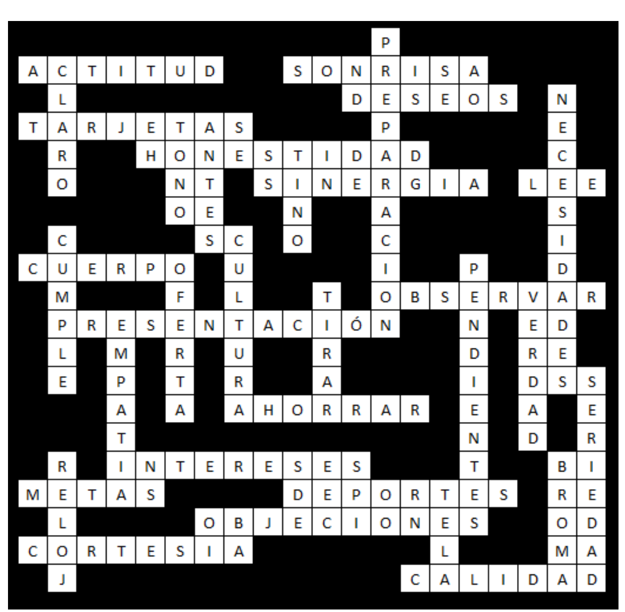
Jan Hentschel
Tercera Edición DIGITAL 2011

Respuestas correctas

Evaluación previa

1. a.
2. 5, 6, 1, 3, 4 y 2
3. Sí
4. a., b. y c.
5. Negociar – *Win-win*, *Facebook* – *Twitter*, Ejercicio – Descanso, Necesidades – Intereses, Cigarro – Enfermedad, Deporte – Salud, Libros – Cultura, Actitud – Éxito.

Crucigrama de las ventas



Evaluación final

1. b., c., d. y e.
2. Nunca
3.
4. Sí
5. No
6. b.
7. c.
8. Comprar